

LO STILE DAL PUNTO DI VISTA
DELLA LINGUISTICA DEL TESTO.
TRADUZIONE DI TREDICI SAGGI
TRATTI DAL VOLUME
“PERSPEKTIVEN AUF STIL”(2001) A
CURA DI EVA-MARIA JAKOBS E
ANNELY ROTHKEGEL

di

SIMONA GHIRRI

Tesi presentata per la discussione del
diploma di laurea in

LINGUA E LETTERATURA TEDESCA

Università degli studi di Pisa

A.A. 2013/2014

Relatore: Professoressa Marina Foschi Albert

Università degli Studi di Pisa

INDICE

Lo stile	I
La tradizione degli studi linguistici	I
Il testo	XI
Lo stile e il testo	XI
Definizione di testo	XII
I generi testuali	XV
I diversi tipi di testo giornalistico	XVIII
Il testo giornalistico e il suo stile	XXII

CAPITOLI TRADOTTI

CAPITOLO PRIMO

Margaret Selting

<i>Lo stile in una prospettiva interazionale</i>	1
1. Introduzione: la linguistica e la stilistica – più un'intesa funzionale che un'unione d'amore	1
2. Premesse all'interpretazione stilistica	3
2.1 Lo stile come struttura flessibile, creata, attiva e interattiva	4
2.2 Lo stile come fenomeno relazionale	6
2.3 Lo stile come figura totale	7
2.4 Lo stile riferito alla contestualizzazione	9
2.5 Lo stile come insieme di caratteristiche co-occorrenti	10
2.6 Verso il rapporto tra stile e attività	11
3. Teoria di base: analisi dello stile interazionale diversa dall'analisi stilistica e pragmatica	13
4. Compiti e principi metodologici	17
5. L'unità della stilistica	21

CAPITOLO SECONDO

Barbara Sandig

<i>Lo stile è relazionale! Ricerca di un accesso cognitivo</i>	23
--	----

1.	Introduzione	23
2.	Lo stile	24
3.	Relazioni notevoli	25
4.	Analisi degli esempi	28
5.	Conclusione: l'importanza cognitiva dello stile	33

CAPITOLO TERZO

Gerd Antos

Il design linguistico come stile?

	<i>Lifting oppure: si vedrà il mondo con altri occhi</i>	40
1.	Sguardo retrospettivo	40
2.	Presentazione	43
3.	Le funzioni del design linguistico	45
4.	Che cosa significa "design del testo"?	50
4.1	L'impostazione teorica del design di Bonsiepe	50
4.2	Digressione: la funzione organizzativa della lingua	54
4.3	Il design linguistico come sfera della visibilità della lingua	55
5.	Analisi di due esempi	57
5.1	La struttura del testo-figura argomentativo attraverso il design (linguistico)	57
5.2	Lifting o falloplastica	61

CAPITOLO QUARTO

Annely Rothkegel

	<i>Lo stile e/o il design</i>	66
1.	La formulazione della domanda	66
2.	Contenuto vs forma	68
2.1	Aspetto del contenuto	68
2.2	La standardizzazione nel testo e nell'ipertesto	71
2.3	Gradi dello sviluppo (dimensione temporale)	74
3.	Espressione ed effetto (persone)	75
4.	Adattamento e spazio stilistico	77

CAPITOLO QUINTO

Angelika Storrer

I nuovi mezzi di comunicazione di massa.

<i>Le nuove richieste stilistiche. Il World Wide Web da un punto di vista stilistico</i>	80
1. Introduzione	80
2. Il World Wide Web come sistema di ipertesto	85
3. Come si diventa un buon linker?	
La relazione con l'iperlink secondo una prospettiva stilistica	90
3.1 che cosa è l'iperlink?	91
3.2 La caratterizzazione del link: dovere e opzioni	94
3.2.1 I segmenti di testo (le parole o i gruppi di parole)	95
3.2.2 Grafie	96
3.2.3 Grafie animate (animated gifs)	97
3.2.4 Grafie sensitive (image maps)	98
3.3 La spiegazione del link: il dovere e le opzioni della forma	98
3.3.1 la spiegazione si desume anche dall'indice di link	99
3.3.2. La spiegazione è adottata più che altro dal contesto dell'indice di link	100
3.3.3 La spiegazione avviene con l'aiuto di etichette e link	100
3.4 La posizione del link	101
3.5 Le regole di stile per la relazione con i link	104

CAPITOLO SESTO

Ulla Fix

Le aperture allo stile come unità semioticamente complessa.

<i>Tesi, commenti e esempi</i>	108
--------------------------------	-----

CAPITOLO SETTIMO

Michael Hoffmann

Il Witz figurato e il codice estetico nel testo-figura e le altre relazioni nella comunicazione scherzosa

1. Osservazioni introduttive	124
2. Gli aspetti dell'estetica del Witz nelle dimensioni di un modello testuale e semiotico	128
2.1 La semantica estetica del testo: il contenuto estetico	128

2.2 Sintattica estetica del testo: la forma estetica	132
2.2.1 Sulla categorizzazione della forma estetica	132
2.2.2 Sulla forma estetica degli effetti	134
2.3 Pragmatica estetica del testo: la funzione estetica	141
3. Annotazioni conclusive	143

CAPITOLO OTTAVO

Marja-Leena Piitulainen

<i>L'interpersonalità e gli stili dei tipi di testo: aspetti contrastanti (tedesco - finlandese)</i>	147
1. Introduzione	147
2. Interpersonalità e lingua	149
3. L'interpersonalità come stile del tipo di testo con fattori costitutivi nel tedesco e nel finlandese	154
3.1 Necrologi	156
3.2 Colloqui comuni	158
3.3 Prospetti di lavoro bancario e delle telecomunicazioni	160
3.4 Recensioni	162
4. Previsione	168

CAPITOLO NONO

Susanne Günther

<i>Le differenze stilistiche e culturali – per esempio l'uso dei proverbi</i>	169
1. Introduzione	169
2. Sull'uso dei proverbi nella conversazione	171
3. Sull'uso dei proverbi con interagenti cinesi	173
3.1 I proverbi cinesi nella lingua cinese	173
3.2 Sull'uso di proverbi cinesi nelle situazioni comunicative interculturali	178
3.3 Sull'uso dei proverbi tedeschi da parte dei cinesi	181
4. Sull'uso dei proverbi in tedesco: una specie di genere in via d'estinzione?	182

CAPITOLO DECIMO

Msia Gwenzadse

<i>I tipi di testo come problema linguistico e didattico della lingua</i>	187
---	-----

1.	Introduzione	187
2.	I tipi di testo nell'ambito di un sistema tipologico	188
3.	Il contesto globale comunicativo e pragmatico che stabilisce il testo	191
4.	Produzioni comunicative e pragmatiche	194
5.	Gradi dell'analisi del testo	196
6.	I tipi di testo nell'insegnamento linguistico	199

CAPITOLO UNDICESIMO

Werner Holly

Lo "stile elevato" come stile sociale.

	<i>"Das neue Notizbuch" di Johannes Gross come esempio di testo</i>	203
1.	Domande. Fondamenti del materiale	203
2.	Cenni di retorica, stilistica e sociolinguistica	205
3.	Varietà, stili, registri e stili sociali	208
4.	La stabilizzazione linguistica e l'identità sociale	211
4.1	L'autorappresentazione	211
4.2	La rappresentazione di terzi	219
5.	Risultato finale	226

CAPITOLO DODICESIMO

Ulrich Püschel

Lo scrittore di romanzi d'appendice come fanullone.

	<i>Dalla protostoria del feuilleton come forma breve</i>	230
1.	Prefazione	230
2.	Il punto di partenza. Il problema con il testo	231
3.	Il giornale e il divertimento: i "Berliner Abendblätter"	233
4.	L'esempio di testo "feuilleton". L'arbitrio valutato	235
5.	La passeggiata e il testo: una struttura di somiglianza	239
6.	Appunti postumi	241
	Appendice	243

CAPITOLO TREDICESIMO

Jutta Goheen

La connotazione culturale dello stile letterario: l'homo ludens come rappresentante poetico della memoria medioevale

249

1.	La cultura – il contesto della storia stilistica nei testi poetici	249
2.	La storia dello stile come pietra di paragone per la teoria stilistica	253
3.	Il mutamento dello stile – diacronia e differenza	255
4.	Introduzione agli stili medioevali. Lettore – memoria – forma – poeta	256
5.	La figura fissa di Veldeke: la figura della memoria aristocratica – esempi di stile cortese	261
6.	Il banchetto dei contadini di Wittenwiller: l'evidenza della corporalità – il paradigma dell'oblio	266
7.	L'autodescrizione del poeta nello stile testuale	272
8.	Il mutamento stilistico come mutamento della prospettiva	273
	Testi consultati	276

LO STILE

La tradizione degli studi stilistici

Nel saggio *Il profilo stilistico del testo*¹ definisce la parola *stile* come derivante dal termine latino *stilus* che significa “lo scrivere, esercizio dello scrivere, composizione scritta, modo di scrivere, stile, lingua, letteratura”². Con questo termine i romani indicavano l’oggetto che gli antichi usavano per svolgere tale attività: un’asticella di legno o di metallo; in seguito questo termine indicò il modo di scrivere come espressione di un autore, ma anche come forma espressiva tipica di un’epoca e di un genere³.

Analogamente in tedesco la parola *Stil* era usata già dal XV sec. ma anche dai teorici del XVII e XVIII secolo. Per esempio Opitz definì lo stile come un modo di parlare, mentre Gottsched e Breitinger lo identificarono come un modo di scrivere⁴. In seguito, l’uso di questo termine fu allargato anche alla musica e a tutte le arti figurative.

Questa tradizione del concetto di stile, mantenuto dagli antichi fino ai giorni nostri, ha come nucleo la caratteristica dello scrivere, del parlare, della forma artistica, in altre parole le caratteristiche di stile, appunto, di un autore, di un’epoca, di un tipo di testo, di una forma musicale, ecc.

Il termine *Stilistik* è documentato per la prima volta nel frammento 446 di Novalis. Tale disciplina ha origini nella tradizione di studi retorici, dove si sviluppa una disciplina autonoma.

¹ Cfr. Marina Foschi Albert, *Il profilo stilistico del testo guida al confronto intertestuale e interculturale (tedesco e italiano)*, Edizioni Plus, Pisa 2009

² Cfr. Castiglioni Mariotti, *Il Vocabolario della lingua latina*, Loescher Editore, Torino, 1986

³ Cfr. Bernhard Sowinski, *Stilistik Stiltheorien und Stilanalysen*, J.B. Metzlersche Verlagsbuchhandlung, Stuttgart 1991.

⁴ Cfr. ibidem

La stilistica normativa è quella disciplina che ha come oggetto lo stile inteso come capacità di formulare pensieri in modo appropriato. Le sue origini risalgono alla retorica classica, e più precisamente al concetto che Aristotele definiva *léxis*. In Aristotele, l'interesse per la forma espressiva, è documentato sia nella "Retorica" che nella "Poetica", discipline concepite come *techné* riferita a due diversi generi testuali: il testo argomentativo-persuasivo e quello poetico. La *léxis* risulta essere, dunque, quel principio di conformità al genere, valido per i generi retorici e per quelli poetici.

I primi due libri della *Retorica* di Aristotele trattano aspetti concettuali, nel primo libro vengono esaminate le distinzioni tra teoria argomentativa e dialettica, quindi la retorica permette di arrivare a probabili conclusioni. In Aristotele, ed anche in tutta l'antichità, la retorica consta di varie competenze che riguardano *inventio*, *dispositio* e *elocutio*.

L'enfasi data all'oratoria come capacità nell'usare le parole si comprende con la disputa tra Platone e Isocrate, ed ha come oggetto il diritto alla formazione dell'uomo politico, più precisamente il dominio di *inventio* e *dispositio*, quindi la filosofia non doveva occuparsi di politica. La storia del pensiero vede prevalere una valutazione della retorica come scuola di sola *elocutio*, cioè la capacità di convincere mediante l'espressività.

Con il sistema formativo medievale, la retorica fa parte del *trivium* insieme alla grammatica e alla dialettica. Secondo la classificazione di Pietro Ramo (1515-1572) *inventio* e *dispositio* (contenuto e struttura del discorso) sono interesse della dialettica, mentre alla retorica spetta solo la forma. In Cicerone la qualità positiva dell'oratoria si riassume nell'eleganza e nella proprietà del linguaggio, mentre per Quintiliano le capacità principali sono la chiarezza e il decoro proprietà che sono da mescolare nei diversi generi del discorso. Nella cultura occidentale, la qualità fondamentali della *elocutio* si indirizzano in discipline diverse.

Nella tradizione tedesca, la *Stillehre* produce breviari per un uso “coltivato” della lingua dal quale si ricava lo stile elegante del discorso in prosa. La produzione del *Stilfibel* si comprende all’interno della *Sprachpflege* che ha probabilmente origine intorno al XVI secolo. La *Sprachpflege* si esprime con un doppio atteggiamento, da un lato la critica nei confronti dei barbarismi, dall’altro la proposta di usi linguistici che siano segno distintivo delle persone colte. Questo atteggiamento si perpetua fino ai giorni nostri.

Tra i primi ad occuparsi di stile del tedesco è Johann Christopher Adelung, autore di *Über den deutschen Styl* (1785) concepito come manuale d’insegnamento. Nelle tre parti che compongono l’opera vengono illustrati i principi generali di stile, le caratteristiche di stili particolari e vengono offerti consigli pratici di buona scrittura. Il concetto di stile si collega in Adelung all’ideale illuministico di buon gusto. Esigenza fondamentale del discorso è la comprensibilità, l’espressione deve essere grammaticalmente corretta e adeguata, mentre l’ornamento è di secondaria importanza, perché forma e contenuto sono un tutt’uno.

Per Adelung l’uso dello *Hochdeutsch* corrisponde a norme di stile chiaro ed elegante, quindi la lingua deve avere queste caratteristiche: correttezza, purezza, chiarezza, linearità, precisione, sinteticità, dignità, eufonia, vivacità, varietà, originalità dell’espressione.

Karl Ferdinand Becker nella sua opera *Der deutsche Stil* (1848) formula una teoria relativa riguardante le leggi naturali della lingua, entro cui lo stile è inteso come specchio della «vollkommene Übereinstimmung von Ausdruck und Sache, von Rede und Gedanke» (Becker 1884). Considerando il pensiero e la rappresentazione collegati, Becker riconosce alla capacità di esprimersi, sia oralmente che per iscritto, grande influenza sullo sviluppo intellettuale.

Simon Henrich Adolf Herling nell’opera *Grundregeln des deutschen Styls* (1827) pone il problema della specificità dell’insegnamento di stile all’interno della

didattica grammaticale. Per trasmettere l'uso di un tedesco stilisticamente adeguato non è sufficiente presentare vaghe indicazioni di regole, esempi, inadeguate formule di commento sulle prestazioni degli allievi. La disciplina stilistica dovrebbe operare sul piano della strutturazione formale e argomentativa del testo. La tradizione continua per tutto il secolo successivo. Esempio novecentesco di *Stillehre* è la *Stilkunst*.

Ludwig Reiners nella sua opera *Ein Lehrbuch deutscher Prosa* (1943) invita a non confondere «das Schöne» con «das Geputzte». Lo stile deve essere complemento del testo; la forma deve essere consona al contenuto e la prosa della scrittura scientifica deve essere «knapp, klar, una leicht verständlich» (Reiners 1951). Lo stile è una qualità difficilmente trasmissibile, però Reiners attribuisce al manuale di stile la capacità di presentare esempi di stile buono o cattivo, illustrarne le caratteristiche, fornire indicazioni e consigli; un esempio è la *Stilfibel*.

Per quanto riguarda la linguistica contemporanea la questione normativa non è di primaria importanza e riguarda la compilazione dei codici dove sono presenti indicazioni che riguardano la correttezza stilistica. Esistono anche codici dedicati alla raccolta di usi linguistici selezionati.

In ambito letterario vige l'antica concezione di poesia come tecnica acquisibile, di poetica come sistema per produrre testi e di retorica intesa come insieme di figure che devono dare decoro allo stile della poesia. La normativa di stile poetico risale alla tradizione retorica nel discorso relativo ai *genera elocutionis*, espressione che designa la varietà di modalità espressive che riguardano le varie parti della *causa*. Alla base di tale teoria si pone un principio di conformità tra forma, contenuto, pensieri rinvenuti sull'argomento e funzione del discorso (Lausberg 1973).

Nel Medioevo, seguendo i principi di Elio Donato, si decreta una triplice casistica di generi o stili che corrispondono a determinati argomenti e situazioni ed esemplificati nella cosiddetta ruota virgiliana. I tre stili si confanno a scopi diversi:

lo stile umile con lo scopo di insegnare e dimostrare è adatto alla prosa; lo stile medio con lo scopo di intrattenere piacevolmente il pubblico; lo stile sublime con lo scopo di suscitare forti emozioni si addice alla tragedia. Le differenze di stile sono date dai requisiti della forma espressiva. La distinzione di stili o generi considera lo stile semplice attributo della prosa corretta e oggetto di studio della grammatica, rientrano negli interessi della poetica gli stili più elevati.

La stilistica descrittiva non prescrive norme di stile, limitandosi a selezionare e illustrare fenomeni di stile individuale o collettivo, a livello di macrostruttura testuale e di microstrutture linguistiche. Sono di tendenza descrittiva sia la stilistica dell'Ottocento, usata come dotazione metodologica per la filologia e la critica del testo letterario, sia la stilistica che si sviluppa all'interno delle scienze linguistiche.

Con Ferdinand de Saussure e il formalismo-strutturalismo, si palesano degli sconfinamenti disciplinari, con l'applicazione di criteri linguistici in ambito di critica del testo letterario.

Una nuova concezione di stile come prodotto di ricerca e invenzione originale si ha a partire dai saggi di Michel de Montaigne (1533-1592) e si riassume nella massima "lo stile è l'uomo". Questa concezione si fa strada in Germania in epoca romantica. Goethe nel trattato *Einfache Nachahmung der Natur, Manier, Stil* (1789) descrive lo stile contrapposto ad altre forme di espressione artistica: imitazione della natura e maniera. Secondo il poeta, lo stile può cogliere nel fenomeno naturale l'unità dell'individuo con la specie, riproducendo i meccanismi di generazione organica della natura.

Iniziatore della *Individualstilistik* tedesca è considerato Karl Philipp von Moritz con le sue *Vorlesungen über den Styl* (1793) (Eroms 2008); il suo massimo rappresentante è Leo Spitzer, che fonda un percorso ermeneutico sull'osservazione di caratteristiche salienti a livello lessicale, sintattico o morfologico, arrivando a generalizzazioni relative allo stile di un autore o di una corrente.

La stilistica filologica come approccio al testo letterario rimane in auge fino agli anni novanta del novecento, quando gli studi culturali mettono in crisi la concezione unitaria di lingua e letteratura delle singole culture nazionali. Le teorie del secondo novecento rinunciano all'idea di un principio estetico assoluto, considerando il testo letterario come fenomeno oggettuale, circoscrivibile mediante analisi delle sue strutture formali e pragmatiche e nel rapporto che instaura con il lettore, l'ambito di discorso, la cultura e la tradizione. Non è raro per l'analisi testuale ricorrere a metodi linguistici.

L'espressione *linguistische Stilistik* assume varie connotazioni, servendo a etichettare criteri elaborati per lo studio dello stile in seguito alle lezioni di Ginevra di de Saussure, momento convenzionale di avvio delle scienze linguistiche moderne. Questa espressione serve a designare sia la stilistica della letteratura che si avvale di tecniche di indagine linguistica, sia la stilistica della lingua che, ispirata alle teorie di Bally (1905), indaga gli elementi connotativi del testo non letterario.

La stilistica linguistica del secondo novecento si snoda in vari indirizzi influenzati dalle caratteristiche degli studi di linguistica generale: la *pragmatische Wende* segna il nuovo interesse per gli aspetti comunicativi e funzionali del linguaggio; la *kognitive Wende* apre la strada a ricerche rivolte ad aspetti della produzione e ricezione linguistica; la *kulturelle Wende* inizia l'indagine della lingua come fenomeno culturale.

La stilistica funzionale si basa sulle tesi del circolo di Praga, relative alle funzioni della lingua, soprattutto quella poetica. Nella linguistica di Praga il concetto di funzione introdotto da Karl Bühler (1934) indica la finalità comunicativa del segno linguistico. Nel modello comunicativo di Bühler il segno linguistico è al centro del rapporto che interessa cose, mittente e ricevente. Il rapporto si articola in gruppi di relazioni, ognuna con un carattere specifico; tra le funzioni principali indicate: per l'emittente il segno è *Symptom* ed ha funzione espressiva, per il ricevente è *Signal* ed ha funzione di appello, per l'oggetto è

Symbol ed ha funzione rappresentativa. Lo strutturalismo fa corrispondere alle varie funzioni comunicative altrettante varietà espressive della lingua o *Funktionalsprachen*: la lingua comune, la lingua della comunicazione scientifica e la lingua poetica.

La stilistica funzionale, intorno agli anni settanta, sviluppa tre diversi centri di azione: quella moscovita, quella della DDR e quella occidentale; le teorie relative confluiscono nella linguistica testuale e stilistica contrastiva.

Partendo dalla nozione di *Funktionalstil* quale «das Vorkommen bestimmter sprachlicher Elemente grundsätzlich auf dem Hintergrund eines paradigmatischen Rahmens» (Eroms 2008), la stilistica funzionale afferma che in ogni testo sono evidenziabili caratteristiche di stile identificabili all'interno di una casistica di lingue funzionali. Negli sviluppi recenti, la teoria degli stili funzionali produce schemi complessi. Nel modello comunicativo internazionale di Sandig lo stile è visto come modalità di relazione di vari elementi influenti sul fenomeno comunicativo: le caratteristiche di emittente e ricevente, il loro rapporto vicendevole, il contesto situazionale, la cornice istituzionale-settoriale e l'epoca storica e la cultura di riferimento.

Lo sviluppo del funzionalismo più vicino alle Tesi del 1929 è l'attenzione per la lingua letteraria come varietà comunicativa. La poetica strutturale degli anni sessanta e settanta intende descrivere le strutture funzionali e i principi ordinatori ricorrendo ad analisi quantitative e metodi statici.

La diffusione delle teorie generativiste provoca una distanza da parte dei linguisti nei confronti dello stile letterario. Gli studi di Chomsky osservano la lingua non come fenomeno sociale e culturale, ma come grammatica astratta, sistema della conoscenza linguistica e teoria del sistema. Il generativismo concepisce un modello di testo normale privo di stile. In tale contesto, lo stile, visto come relazione tra invarianza e variabilità, sembra riguardare la sola lingua poetica, il gioco

linguistico, l'eccezione alla regola, l'obbedienza a una regola propria. Seguendo Jakobson, Sowinski (1991) interpreta lo stile come risultato di selezioni e combinazioni in ambito di relazioni paradigmatiche e sintagmatiche tra elementi linguistici ai vari livelli del sistema.

La *Fachstilistik* ha origine all'interno della *Fachsprachenforschung*, corrente di studi originaria della DDR che cessa di essere vitale intorno agli anni novanta. La *Fachsprachenforschung* produce un'equiparazione concettuale evidente, anche se mia dichiarata, tra *Funktionalstil* e *Fachsprache*, limitando l'orizzonte di riferimento alle lingue di ambito tecnico e professionale. Gli interessi disciplinari sono di carattere lessicale e semantico; successivamente, la *Fachsprachenforschung* amplia lo studio alla produzione testuale di tipo settoriale e ai relativi stili. La *Fachstilistik* descrive le varietà linguistiche e le varianti espressive della comunicazione specialistica, verificandone la recettibilità ed evidenziando le differenze tra *Fachsprache* e *Gemeinsprache*. L'equivalente concettuale degli stili funzionali sono le *funktionale Varietäten*. La *Varietätenstilistik* raccoglie gli stimoli della corrispondente corrente sociolinguistica, che considera e denomina gli stili funzionali come classi di varietà funzionali. In conformità al classico elenco di cinque stili funzionali, anche le casistiche odierne di stili di varietà funzionali presentano elenchi ridotti. La casistica può essere ampliata, ad esempio la casistica di Eroms prevede otto elementi. Ogni classificazione è riduttiva rispetto alla varietà dei settori dell'attività umana e comporta esclusioni giustificate da motivi di operatività.

A partire dalla fine degli anni sessanta la condivisione di percorsi, metodi e obiettivi tra stilistica e linguistica si palesa con lo sviluppo della linguistica testuale, che si prefigge di definire e descrivere la dimensione testo come unità formale e comunicativa. La linguistica testuale segue due direzioni, quella dal basso e quella dall'alto e secondo Eroms i due orientamenti dovrebbero incontrarsi al centro. La ricerca di categorie testuali avviene all'interno delle risorse del sistema, finalizzata al rinvenimento delle risorse disponibili per esprimere intenzioni ed eventi

comunicativi diversi. Dal punto di vista della storia disciplinare, gli sviluppi della linguistica testuale successivi alla svolta pragmatica e la ricerca di complesse regolarità tematico-funzionali segnano una battuta d'arresto nell'interesse linguistico per le questioni di stile. La grande eccezione è la menzionata cerchia di Lipsia. La stilistica diventa un trend della linguistica testuale con la cosiddetta «Rehabilitierung der sprachlichen Oberfläche» (Antos 1989). Il recente lavoro di Eroms “*Stil und Stilistik. Eine Einführung*” (2008) rappresenta un tentativo di illustrazione e parziale sintesi dei punti di vista più attuali dell'analisi macro e microstilistica. La “*Textstilistik des Deutschen*” di Barbara Sandig (2006) introduce un approccio pragmatico originale, prototipi specifici dell'agire stilistico e tipologie di atti illocutivi parziali rilevanti per la configurazione stilistica.

Si parla di stilistica contrastiva quando ci si riferisce a studi sullo stile di elementi linguistici equivalenti in culture linguistiche diverse. Studi di questo genere trovano diffusione in ambito translato-logico seguendo due vie: l'analisi dello stile a livello sistemico, si parla in questo senso di stilistica comparata di scuola francese che cerca equivalenze e corrispondenze formali ai vari livelli all'interno della frase; l'analisi dello stile a livello testo, la tendenza di studi nasce con la retorica contrastiva che indaga equivalenze funzionali e pragmatiche nella comunicazione scientifica, per la quale non si presuppone un modello unico. La recente corrente di studi della testologia contrastiva, la cui denominazione risale all'opera di Hartmann e al suo intento di integrare in un approccio teorico coerente metodologie come *contrastive stylistics*, *comparative rhetoric*, *text grammar in translation*, *contrastive pragmatic studies* (Hartmann 1980), si prefigge di indagare il testo e i generi testuali con metodologia scrupolosa. Sullo sfondo teorico della testologia contrastiva si pongono tre principi fondamentali: 1) ogni testo si manifesta come esemplare di un determinato genere; 2) i generi testuali, in quanto forme comunicative determinate da meccanismi sociali, mostrano tratti culturospecifici; 3) la produzione dei generi si realizza all'interno di *Textsortennetze* e per correlazioni di tipo tematico. Le reti testuali corrispondono a raggruppamenti prodotti da connessioni intertestuali esistenti all'interno di particolari domini

dell'agire comunicativo, diverse dalle classificazioni tradizionali della *Textsortenlinguistik*. Le connessioni reali tra testi possono prodursi dal punto di vista tematico, per via della comune appartenenza a un determinato ambito della comunicazione o di struttura.

IL TESTO

2.1 *Lo stile e il testo*

Avendo già definito lo scopo della stilistica⁵, è compito di questo capitolo definirne l'oggetto di interesse, lo stile. Le varie scuole di pensiero danno quattro orientamenti principali (stile come fenomeno semiotico, sociale, storico e culturale), da cui si evincono diverse accezioni. Tra le più importanti abbiamo: 1) lo stile come modalità espressiva in ambito comunicativo, 2) lo stile come fenomeno testuale e semiotico, 3) lo stile come fenomeno socioculturale, 4) lo stile come risultato di convenzioni comunicative, 5) lo stile portatore di informazioni pragmatiche, 6) lo stile come elemento di intertestualità, 7) lo stile come qualità del testo da percepire nella sua totalità.

Cercando di arrivare a una definizione di stile, si dovrà partire da ciò che sembra il nucleo concettuale universale, lo stile come caratteristica del testo. Bußmann (1990) definisce lo stile come una peculiarità del testo, proponendo un'interpretazione "media" di stile secondo una prospettiva linguistica da cui tre generi di correlazioni: 1) tra stile ed emittente testuale; 2) tra stile e testo; 3) tra stile e ricevente. Postulando un rapporto di corrispondenza tra stile e testo, si può valutare tale rapporto nel senso della realtà testuale che si delinea attraverso approcci che oltrepassano la grammatica, ma coinvolgono anche pragmatica, psicologia cognitiva e studi di comunicazione interculturale. Se ne deduce che la correlazione tra stile e testo rende implicita quella tra stile ed emittente, stile e ricevente.

Lo stile linguistico si può definire come la peculiarità di strutturazione del testo che deriva dalla selezione, più o meno consapevole da parte di un autore, delle risorse linguistiche del sistema linguistico, ai vari livelli della sua descrizione.

⁵ Cfr. Marina Foschi Albert *Il profilo stilistico del testo guida al confronto intertestuale e interculturale (tedesco e italiano)* Pisa University Press, Pisa 2009

Quindi lo stile è un fenomeno linguistico complesso non descrivibile con mezzi solo grammaticali, in quanto fenomeno linguistico collegato alla realtà testuale.

Al fine di descrivere lo stile inteso come stile del testo, è necessario chiarire la sua natura linguistica in base al principio di testualità, il concetto generale di stile, il principio di interculturalità e la correlazione tra i concetti di stile e testo.

2.2 Definizione di testo

La parola *testo* può essere usata con diverse sfaccettature semantiche⁶. In senso letterale, *textus* è il prodotto che risulta dall'unione manuale di parti in base a un disegno o a un principio organizzativo; in senso traslato, *textus* ottiene il significato di testo scritto o discorso (Duden 2001; 845). Tuttavia negli studi letterari, con la parola *testo* si intende in genere il testo letterario. Nell'uso comune, la definizione è usata spesso con riferimento al materiale scritto; per la semiotica, invece, è testo ogni espressione grafica anche se non ha un significato linguistico e non verbale, possono essere per esempio considerati testi film, prodotti d'arte figurativa e architettonica. Nella accezione comune, tra le diverse possibili si può considerare la definizione della parola *testo* come intreccio di dichiarazioni scritte (frasi) e quindi come organismo autonomo con propri principi organizzativi indipendenti, alla base dei quali sono annodate l'una con l'altra le parti di un testo. Il principio dell'organismo e dell'organizzazione non deve far pensare a una costruzione complicata. Esistono testi con una struttura semplice.

La linguistica del testo all'inizio ha inteso ogni unità linguistica come testo scritto oppure orale, costituito da una o più frasi, fonologico o dialogico, puramente verbale o di una forma mista di segni linguistici e non linguistici (p.es i fumetti)⁷.

⁶ Cfr. Georg Michaels, *Stilistische Textanalyse*, Frankfurt/M.-Berlin 2001

⁷ Cfr. Klaus Brinker/Gerd Antos/Wolfgang Heinemann/Sven F. Sager (Hgg.), *Text-und Gesprächlinguistik*, 1. Halbbd. Berlin/New York 2000:XVII

Secondo una definizione minima, i testi sono dichiarazioni linguistiche di grandezza differente, racchiusi tra due interruzioni della comunicazione, nella comunicazione orale tra due pause lunghe, mentre nella scrittura nella rilegatura di un libro⁸. All'interno di questi confini, il testo si profila come azione linguistica che ubbidisce a una costruzione logica interna e a determinate convenzioni linguistiche e culturali. Gli studiosi de Beaugrande e Dressler (1981) hanno postulato sette fattori utili a definire la dimensione testuale, raggruppati sotto il termine *testualità*, alla cui base ci sono sette elementi: coesione, coerenza, intenzionalità, accettabilità, informatività, situazionalità, intertestualità. La definizione di testo accolta da Brinker sottintende un numero ridotto di criteri (coesione, coerenza, intertestualità) rispetto alla serie di de Beaugrande e Dressler: la *coesione* è l'insieme delle strategie testuali che mettono in relazione diverse parti a livello formale; la *coerenza* è la struttura semantica del testo e la struttura logica dei suoi argomenti, mediante cui il testo esprime continuità di senso che il ricevente può ricostruire anche grazie al patrimonio di conoscenze condivise, ossia l'enciclopedia della realtà esterna; *l'intenzionalità* è l'intenzione comunicativa principale di chi produce un testo; *l'accettabilità* è la possibilità che il ricevente ha di capire un testo; *l'informatività* rappresenta quella serie di fattori che permettono di delineare il contenuto informativo del testo; la *situazionalità* è l'adeguatezza del testo alla situazione comunicativa e al contesto pragmatico; *l'intertestualità* rappresenta quelle relazioni che il testo instaura con altri testi nel momento della produzione e ricezione.

Nell'accezione di Klaus Brinker (2005:17) il termine *Text* designa «eine begrenzte Folge von sprachlichen Zeichen». Rimane attuale tale definizione, nonostante si siano prodotte nuove tipologie testuali. L'universo testuale creato dai nuovi mezzi comunicativi, soprattutto internet, è in parte ibrida, comprendendo sia *schriftliche Objekte* sia elementi diversi, per esempio immagini, video, suoni, icone (Soffritti 2006). Ciò mette in dubbio il concetto di *Begrenztheit*, portando i linguisti

⁸ Cfr. Harald Weinrich, *Tempus. Besprochene und erzählte Welt*, Stuttgart 1994

a interrogarsi sull'esigenza di un nuovo concetto di testo. Se si aggiunge la possibilità di distinguere tra una componente verbale e ciò che non è di natura verbale, è possibile continuare a parlare di testo, seguendo Brinker, considerando testi "scritti" quelli che appaiono anche su video e sono stampabili su carta. Riguardo la comunicazione orale, il concetto di *Begrenztheit* può essere applicato con criteri diversi. Questa nozione di testualità è criticata per la qualità eterogenea dei criteri e per la loro qualità. I criteri necessari per determinare i testi e i non testi sono, secondo Vater, i primi due. In particolare la coerenza riassume il concetto di *Textwelt*, cioè le relazioni di senso, fondate sulle conoscenze e le intenzioni di colui che parla, che sottostanno al testo (Vater 2005:157); la coesione, invece, deve essere intesa come variante formale e grammaticale della coerenza. Questi due criteri servono a definire il testo da un punto di vista sia formale e grammaticale sia per quanto riguarda la funzionalità comunicativa. Per poter cogliere la realtà del testo come "individualità sociale" bisogna usare l'intertestualità. La funzionalità comunicativa del testo dipende dal profilo che esso assume nella rete di collegamento ad altri testi.

Il concetto di intertestualità ha origine con Michail Bachtin che tratta la dialogicità del testo letterario confrontandolo con il contesto sociale. Genette (1993:3) elabora questo concetto in un sistema che descrive le varie connessioni possibili tra testo e "ciò che lo trascende". La teoria linguistica di Pfister (1985) individua due varietà di relazione: l'intertestualità orizzontale che designa le relazioni di contiguità tra testi, e l'intertestualità verticale che descrive le relazioni di affinità tra testo e genere (Blühndorn 2006).

L'intertestualità verticale influisce sul processo di ricezione del testo. La categoria cognitiva che permette il rinvio intertestuale si ottiene dalle aspettative prodotte nella mente del ricevente riguardo a una particolare configurazione testuale tipica del genere. La configurazione del testo non è una grandezza assoluta, ma una dimensione che si realizza in dipendenza del macrotesto e il suo contesto generale, l'universo di segni e significati che lo determina. L'intertestualità permette di

definire il carattere individuale (Blühndorn 2006:295) e il profilo stilistico del testo singolo, in rapporto al genere testuale.

Adamzik (2008:369) elabora un nuovo criterio di testualità, l'attualizzabilità, la capacità di un testo di essere riprodotto. Se viene realizzata, questa potenzialità origina un "testo virtuale", che a sua volta origina una serie di varianti dello stesso testo.

2.3 I generi testuali

In linguistica si parla di *Textsorten* in riferimento alla produzione e alla ricezione di testi che hanno una serie di caratteristiche valide per identificarli come esempi di una particolare tipologia e a distinguerli da altri⁹. Secondo la definizione di *Textsorten* (Fix/Poethe/Yos 2001:36) sono «gruppi di testi che seguono un modello prototipico comune».

Muster o *Textmuster* sono criteri utili per la classificazione dei testi. Il *Textmuster* è visto come l'insieme delle caratteristiche che l'utente di una lingua si aspetta di trovare in un testo (Heinemann/Heinemann 2002:136) sulla base della sua esperienza e sulle sue conoscenze (quanto si sintetizza nell'idea di *Textsortenwissen*).

Il prototipo è prodotto del metodo *top down* (Heinemann/Heinemann 2002:136) contrapposto a quello *bottom up*, da cui deriva un nuovo tipo di *Textmuster*, cioè il modello testuale originato dall'osservazione empirica di un *corpus* di testi. Nella classificazione dei testi, svolge un ruolo importante la funzione comunicativa come

⁹ Cfr. Marina Foschi Albert, *Il profilo stilistico del testo, guida al confronto intertestuale e interculturale (tedesco e italiano)*, Pisa, 2009

fonte primaria delle caratteristiche del genere. Per tale motivo, l'intertestualità si pone come fattore determinante per la costituzione testuale.

Inizialmente lo stile viene definito come una peculiarità del testo che deriva dalla selezione, da parte dell'autore, delle risorse linguistiche disponibili nel singolo sistema. Tale definizione corrisponde a un concetto astratto di stile. Nella realtà comunicativa, lo stile è un fenomeno linguistico che si realizza come testo.

Stil ist die Bestandteil von Texten, er ist die Art, wie Texte zu bestimmten kommunikativen Zwecken gestalten sind (Sandig 2006:3).

Dal punto di vista linguistico, lo stile si manifesta in caratteristiche strutturali che si chiariscono nel rapporto di intertestualità, nel confronto con altri testi e con il prototipo di genere, quindi lo stile è l'insieme delle scelte strutturali, operate a livello formale, nella loro interazione con gli elementi di strutturazione testuale di natura extralinguistica. In tale definizione, il termine *insieme* significa una qualità del testo prodotta e percepibile in tutta la sua totalità, e non come somma delle sue parti. Questo suggerisce un'interpretazione dello stile come segno globale. La visione globale studia lo stile al livello della *Textgestalt*, cioè l'insieme delle circostanze d'uso in una particolare configurazione testuale (Sandig 2006:3).

Le scelte di stile si possono produrre con diverse modalità, in conformità o meno alle norme e alle convenzioni comunicative di natura sistemica e sociale. Nel testo, le scelte diventano *Stilzüge* riconducibili a determinati *Stilelemente*. I tratti di stile si individuano nel rapporto di intertestualità che il testo stabilisce con altri testi e nelle scelte interne alle modalità comunicative tipiche di una cultura. Si distingue una doppia tipologia di caratteristiche: 1) i tratti conformi a stilemi prototipici derivano da scelte concordi a usi convenzionali di un determinato momento storico; 2) i tratti di stile provenienti da scelte idiosincratiche e non convenzionali, cioè stilemi individuali.

Lo stile, come insieme di scelte testuali, viene concepito come fenomeno di doppia tipologia: 1) *Textsortenstil*, costituito dall'insieme degli stilemi che rappresentano un particolare raggruppamento di testi; 2) *Individualstil*, che comprende l'insieme dei tratti caratteristici di un testo singolo. In conclusione, lo stile del testo è un carattere specifico del testo, il risultato della selezione di strategie e risorse linguistiche ai vari livelli di strutturazione testuale, in parte in conformità, in parte deviando dagli usi convenzionali del genere; quindi è il carattere distintivo del testo.

I DIVERSI TIPI DI TESTO GIORNALISTICO

Ogni testo si caratterizza per la forma e l'ambito comunicativi¹⁰. La forma comunicativa è determinata dal mezzo di trasmissione, cioè comunicazione frontale, telefono, radio, televisione, scrittura. L'ambito comunicativo si distingue tra privato, ufficiale e pubblico¹¹. Un articolo di giornale è un testo pubblicato su un organo di stampa, quindi appartiene all'ambito comunicativo pubblico e può essere caratterizzato da una direzione comunicativa monologica, cioè un autore si rivolge a un destinatario riconoscibile, e dalla distanza temporale e spaziale dei partner della comunicazione. La fase temporale è posteriore poiché l'articolo di giornale riporta eventi già accaduti, la fase spaziale si riferisce alla relazione tra emittente e destinatario ed è locale.

Gli articoli giornalistici rientrano nell'ambito pubblico, di conseguenza la comunicazione tramite stampa agisce immediatamente sulle coscienze e le opinioni della comunità. Avendo grande potere, la stampa è regolamentata da apposite leggi.

Nella stampa l'autore si identifica difficilmente, infatti l'articolo è scritto da un giornalista che si basa su una notizia di agenzia, di solito non firmata, sulla quale può intervenire modificandola secondo il proprio stile. In un secondo momento il testo può essere rielaborato dalla redazione, che lo emenda, talvolta lo modifica per problemi di impaginazione, dopodiché il redattore gli attribuisce un titolo. Quindi il concetto di paternità è complesso e articolato. Più difficile è il concetto di destinatario, infatti il testo si rivolge a una molteplicità di potenziali lettori, a tale proposito è stato introdotto il termine pluralità di destinatari.

Il *paratesto* rappresenta tutti gli elementi che non appartengono direttamente al testo vero e proprio dell'articolo. Per prima cosa si deve considerare il *titolo* che può essere costituito da vari elementi: oltre al titolo vero e proprio organizzato su

¹⁰ Cfr Claudia Buffagni Andrea Birk, *Germania periodica, imparare il tedesco sui giornali*, Pisa 2008 (vedi tutto il testo)

¹¹ Cfr. K. Brinker, *Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden*, Berlin 2005

una riga, ci possono essere il *sopratesto* o *occhiello*, una riga sopra il titolo, il *sottotitolo* o *sommario*, una riga sotto il titolo; può essere presente una riga aggiuntiva che sottolinea un particolare aspetto della notizia ed è il *catenaccio*. Il paratesto, quindi, fornisce tutte le informazioni per la corretta interpretazione dell'articolo.

I diversi tipi testuali giornalistici, insieme *all'annuncio pubblicitario* e al *testo divulgativo*, rientrano tra i generi testuali meno rigidamente codificati. Per i testi giornalistici ci sono convenzioni stabilite da tempo sia tra i giornalisti che tra i lettori. Vi sono indicatori testuali impliciti che segnalano lo scopo principale dell'articolo considerato e quindi la sua appartenenza ad una determinata classe testuale e talvolta anche degli indicatori testuali espliciti che designano il tipo di testo. Propone nel seguito una classificazione dei principali tipi di articoli di giornale:

- 1) La notizia (*Nachricht*) denota i testi giornalistici incentrati sulla resa dei fatti occorsi. Si suddivide secondo l'argomento in *hard news*, tratta argomenti fondamentali per la vita sociale, come l'economia e la politica. Di solito è breve, con uno stile sobrio e formale; *spot news* tratta argomenti di interesse generale come eventi naturali o crimini. Ha lunghezza variabile e un tono catastrofico; *soft news* tratta argomenti di human interest, come le vite e le vicissitudini di persone pubbliche. Ha una lunghezza maggiore rispetto alla *hard news* e il tono può essere umoristico. La notizia si suddivide in tre tipi testuali giornalistici: la notizia immagine, la breve e il servizio.
- 2) La *Bildnachricht* è composta da un'immagine molto significativa e da un breve testo descrittivo.
- 3) La *Meldung* può occupare al massimo venticinque righe di quotidiano. È costituita a piramide rovesciata, cioè le informazioni sono fornite in ordine di importanza decrescente. All'inizio si colloca il *lead* che fornisce tutte le informazioni di base secondo la serie internazionale delle 5 W + 1 H (who,

what, where, when, why, how)¹². La breve è incentrata sui fatti e deve tendere sull'obiettività.

- 4) Il *Bericht* è la forma cardine della notizia: mantiene la stessa struttura a piramide rovesciata della breve, ma di maggiore ampiezza. Si deve basare su una ricerca approfondita, fornisce dettagli anche per quel che riguarda lo sfondo, l'antecedente e le possibili conseguenze dei fatti che riporta. Si possono distinguere il servizio incentrato sui fatti, quello concentrato sullo svolgimento e il servizio costituito da citazioni di personaggi coinvolti. Lo stile di questo tipo di testo può variare da un alto grado di obiettività a un notevole grado di soggettività e di presenza dell'autore, che di solito si firma.
- 5) Il *Reportage* è un tipo testuale giornalistico che ha al centro la descrizione di un fatto, di un evento, non di rado di argomento esotico. È caratterizzato dal fatto di essere raccontato "dall'interno" dal reporter, che rende le sensazioni che si colgono sul posto. Ciò implica necessariamente una certa soggettività. Il reportage utilizza spesso le citazioni di personaggi coinvolti e può fare uso di mezzi stilistici che si avvicinano alla letteratura, come il cambio di prospettiva, della messa a fuoco, del grado di attualità, dei tempi e dei mezzi formali.
- 6) La *Interview* è un genere che piace molto per la sua immediatezza. Presenta uno sdoppiamento della situazione comunicativa, poiché la comunicazione si svolge tra intervistatore e intervistato, e tra questi e il lettore. L'intervista si può concentrare su un evento concreto o mettere al centro la personalità e le opinioni dell'intervistato. Nel primo caso, lo svolgimento è più logico-razionale, e lo stile presenta una sobrietà dominante, con termini tecnici relativi all'argomento trattato; nel secondo caso sono presenti maggiori elementi soggettivi, sia a livello strutturale che a livello stilistico: lo stile è più informale e creativo. L'intervistatore deve sottostare a regole precise e concordare preventivamente le domande con l'intervistato. Prima di essere

¹² In Tedesco la serie diventa wer, was, wo, wann, warum e wie

stampata, l'intervista è sottoposta a modifiche e tagli per volontà dell'intervistatore e dell'intervistato.

- 7) Il *Kommentar* si basa su una ricerca attenta e presenta l'argomento nel dettaglio, fornendo anche quelle informazioni di fondo che agevolano la comprensione, ma anche approfondimenti e opinioni diverse. Mentre nel commento argomentativo e breve il giornalista espone la sua opinione con l'intenzione di convincere il lettore, nel commento chi scrive riporta pareri diversi, senza prendere posizione. Il commento si struttura in tre parti: l'attacco, che rappresenta l'introduzione al tema e fornisce elementi circa l'opinione dell'autore, volti anche a mantenere vivo l'interesse del lettore; la parte centrale, argomentativa, che gioca sullo stile personale del giornalista; la conclusione, che deve esporre in modo chiaro l'opinione dell'autore. Per far riflettere il lettore, il commento deve essere chiaro e comprensibile.
- 8) Il *Leitartikel* è un tipo testuale che espone l'opinione dell'autore, il quale deve rappresentare, allo stesso tempo, l'intera redazione. L'editoriale ha dimensioni più estese del commento e può presentare analisi e riflessioni più approfondite; a differenza del primo, deve prendere posizione riguardo l'argomento esposto, e non si può chiudere dopo aver esposto pareri differenti.
- 9) La *Kolumne* è il tipo di testo più soggettivo, si riconosce sulla testata perché occupa la stessa posizione ed esce a cadenza regolare. Solitamente è firmata dallo stesso autore che spesso è già noto, e che può trattare di volta in volta temi diversi. Anche nella rubrica lo stile è fondamentale, deve essere sempre brillante, ma può anche essere ironico, irriverente e umoristico.
- 10) La *Rezension* è, come la *Kritik*, un genere complesso, la cui riuscita è legata alla competenza tecnica del recensore nella materia trattata e al suo stile. Negli ultimi anni, la recensione si è emancipata da una tradizione di aulicità e si rivolge a un pubblico più ampio. Svolge una funzione di divulgazione culturale, diffondendo informazioni sulle opere e sugli eventi recensiti, e fungendo da veicolo pubblicitario.

- 11) La *Glosse* è il tipo di testo più complesso. Può essere più o meno estesa. A livello di struttura testuale, non punta su un ragionamento logico, ma piuttosto su uno svolgimento che fa leva sull'emotività. Espone in modo irriverente e ironico l'opinione soggettiva di chi scrive, per chiudersi con un finale ad effetto.
- 12) La *Essay* è una forma a metà tra il giornalismo e la letteratura. È caratterizzato dall'estensione piuttosto ampia. Proceede tipicamente per associazioni, tuttavia si basa su un ragionamento di tipo logico-razionale. Non propone una conclusione, ma si chiude in forma aperta; si presta più a sollevare problemi e a stimolare alla riflessione su di essi che all'elaborazione di una soluzione. A livello stilistico presenta uno stile alto, con uso di termini tecnici.

Il testo giornalistico e il suo stile

Lo stile del testo giornalistico può essere riassunto nell'elenco delle seguenti caratteristiche essenziali: attualità, periodicità, universalità tematica, coerenza e pubblicità¹³.

- *L'attualità* della notizia rappresenta fin dalla nascita del giornale una caratteristica importante. Il grado d'attualità varia a seconda della tipologia di testo giornalistico preso in considerazione, il quotidiano oppure il settimanale. Dal punto di vista linguistico l'attualità della notizia si riscontra in formulazioni tipiche come per esempio indicazioni temporali come: *gestern, heute, von wenigen Tagen, kürzlich, gerade oben*, ecc., ed anche verbi come: *eintreffen, zukommen, erhalten*, ecc.¹⁴.

¹³ Cfr. Ulrike Haß-Zumkehr, «*Wie glaubwürdige Nachrichten versichert haben*» *Formulierungstraditionen in Zeitungsnachrichten des 17. bis 20. Jahrhunderts*, Gunter Narr Verlag, Tübingen, 1998.

¹⁴ Cfr. *ibidem*.

- *La periodicità* contraddistingue il testo giornalistico da altri generi di testo. La periodicità in parte coincide con l'attualità, le prime forme di notizie erano sotto forma di lettere personali tra l'imperatore e il personale militare, o con gli ecclesiastici, gli studiosi, i commercianti e le loro organizzazioni; le comunicazioni più generiche si trovavano alla fine della lettera prima della formula di saluto o in fogli allegati¹⁵.

A livello formale, nel testo giornalistico moderno, la periodicità tipica si ricava dal paratesto.

1) *stile giornalistico*. Una formula come *aus wohlunterrichteten Kreisen verlautet* è diventata uno stereotipo del tipo di testo "notizia di giornale" (cfr. Feilke 1996). Il modello di formulazione privilegiato dall'attualità con indicazioni di tempo e luogo, uso specifico di verba dicendi e di determinate indicazioni del tipo di testo vale come elemento stereotipato e caratteristico dello stile giornalistico.

2) *stile della singola testata giornalistica*. Determinati modelli di formulazione si collegano a una notizia per la corrispondenza che precede e segue una determinata notizia di un avvenimento. Quindi non si deve permettere solo l'identificazione e la coerenza nella prospettiva del lettore, ma la coerenza dello stesso giornale, dove le conseguenze dei reportage su un tema sono presentate come chiave e quindi costituiscono un testo. La coerenza del mezzo ha a che fare anche con la coerenza degli eventi così come vengono presentati dai giornalisti. In questo parallelismo si rispecchia la coscienza del giornalista come storico, ossia come cronista. Anche per la comunicazione delle lettere dei lettori è normale che quello che il lettore scrive sia coerente con le lettere e gli articoli precedentemente pubblicati e quindi si possa legittimare una discussione (Püschel 1993).

3) *referimento esplicito alle parti*. La funzione di riflettere le fonti e la resa dei conti non viene accettata dalle formulazioni classiche, ma viene usata eventualmente come espressione libera ed esplicita. Questo vale per i casi particolari come le informazioni divergenti da fonti, opposizioni e smentite diverse, in questi casi si trovano spesso delle costanti sul piano lessicale come p. es. *dementieren*, *Ente*, *anders lautend* ecc. La funzione

¹⁵ Cfr. ibidem.

comunicativo-pragmatica dei sintagmi che fanno riferimento alla fonte nelle notizie giornalistiche è presente e manifesta la combinazione di una dichiarazione sul mondo. La storia dei media con questa funzione ha un'altra idea: l'indicazione della fonte e del modo di comunicare fin dall'inizio serve ad assicurare o ad aumentare l'autenticità di una notizia. La convenzionalizzazione di questa funzione e della sua realizzazione linguistica era già presente alle origini di questo tipo di testo: quello che si trova scritto nel giornale è vero. La critica a questo tacito presupposto rende chiara la sua divulgazione.

L'autenticità delle informazioni era insieme all'attualità un criterio di qualità decisivo di un organo di stampa.

4) *Invitare il lettore a farsi una propria idea*, come novità basilare del giornale fin dal XVI sec. è l'esperienza della chiara variabilità e relatività del sapere del mondo; ci si deve sempre confrontare “con cose nuove, incredibili, ma anche false e contraddittorie o (limitatamente alle fonti) con mentalità e giudizi diversi rispetto alle rettifiche” (cfr. Polenz 1994). Il mezzo provoca la modernizzazione e la necessità di orientamento e sfida a nuove prestazioni cognitive. La pubblicazione non commentata di contratti, dichiarazioni di pace, di guerra, bandi ufficiali, comunicati, scambi di monete tra sovrani sotto forma di fogli volanti già dal XV sec. era usuale, anche se non per motivazione illuministica (Lindemann 1969). Ma la riproduzione della notizia senza commento e limitata alla censura portò i lettori a un ragionamento commentato, così che si sviluppò un legame funzionale tra la produzione di notizie senza commento e un implicito invito alla valutazione e al giudizio¹⁶.

Due finalità basilari dell'informazione determinano il tipo di testo: la prima è la domanda d'indipendenza dalle autorità e dal giudizio, mentre la seconda è un presupposto di giustizia, chiarezza e comprensibilità del significato, in questo modo l'esattezza per descrivere le circostanze diventa l'ideale del tempo.

5) *pubblicità*. La presenza costante di inserti pubblicitari nel testo giornalistico è motivata dalla sua caratteristica principale di rispondere ai criteri di diffusione pubblica delle notizie.

¹⁶ Cfr. ibidem.

La presenza concreta di una particolare tipologia di testo (testo pubblicitario) all'interno del genere (testo giornalistico) è palese a livello macro-strutturale.

Margret Selting

Lo stile – in una prospettiva interazionale.

1. Introduzione: la linguistica e la stilistica – più un'intesa funzionale che un'unione d'amore.

All'interno della disciplina linguistica la stilistica viene considerata in modo piuttosto generico. Da un lato, i linguisti criticano il concetto di stile come troppo grande e usato in modo eccessivamente allargato, e considerano le interpretazioni di stile come speculazioni intuitive e non provate. Dall'altro il concetto di stile continua a essere proposto. I linguisti sistemici lo usano, per lo più come concetto residuo e di scarto per quei fenomeni di cui non vogliono o non possono occuparsi. I sociolinguisti e gli psicolinguisti di diverso orientamento sviluppano tenacemente il loro concetto personale di stile, con il quale di volta in volta si interessano alle variazioni del comportamento della lingua e dell'interazione (cfr. per es. i saggi di Selting/Sandig del 1997). Nonostante la sua problematicità il concetto di stile sembra irrinunciabile.

Fix avvia il primo punto critico (1195, 393) (cfr. anche Selting 1997, 32):

È senza dubbio una grande conquista che nel corso degli ultimi anni il concetto di “stile” sia stato applicato dal sistema al testo e, infine, all'agire comunicativo. [...].

Questi concetti di stile sono troppo ampi, e quindi con l'emergere dei componenti pragmatici le figure stilistiche sono state risistemate e si rischia di confondere i confini delle altre discipline. La stilistica si riferisce, invece, ai concetti della linguistica testuale, della linguistica della comunicazione e della teoria dell'atto, e corre il rischio di essere "assorbita" da questi concetti. Restano ogni tanto poco chiari quelli che p. es. possono essere gli atti linguistici nei confronti delle azioni dello stile, quelli che possono essere i modelli del testo nei confronti dei modelli di stile, e resta poco chiaro il modo in cui rimangono le caratteristiche stilistiche come caratteristiche testuali (Fix 1995, 393).

Selting (1997) ha fatto proprio un altro punto critico: spesso alla base della loro tradizione le analisi stilistiche rischiano di "rassegnarsi a delle interpretazioni intuitive ed empiriche che non sono garantite dai mezzi stilistici e dagli stili" (Selting 1997, 32). Selting sostiene:

Per chiarire e comunicare la propria necessità e il proprio valore, la stilistica si trova, a mio avviso, a formulare prima del dovuto nuovi metodi sistematici e procedimenti d'analisi per dimostrare l'importanza e l'azione dello stile. Poiché i motivi dei produttori di stile per creare uno stile sono appena esaminabili [...], il metodo da sviluppare si può applicare direttamente solo ai processi di elaborazione dello stile. (Selting 1997, 32).

Per quanto riguarda l'analisi degli stili nella comunicazione orale l'analisi dello stile interazionale cerca di elaborare soluzioni per questi problemi. In seguito vorrei illustrare le premesse, le teorie di base e le metodologie di quest'analisi dello stile interazionale e vorrei discutere di alcuni punti importanti confrontandoli con le altre interpretazioni dello stile. In vista della brevità necessaria della descrizione devo purtroppo rinunciare agli esempi (per l'analisi dei modelli cons. p. es.: Selting 1995 e 1997).

2. Premesse all'interpretazione stilistica.

In seguito, Sandig ha formulato una delle premesse principali per una fondata ricerca stilistica etnometodologica: “Con questo presupposto lo stile non viene interpretato solo dal punto di vista della forma o della struttura, ma come forma che ha in sé un senso, e come struttura significativa, ha delle funzioni”. Sandig (1995, 28) intende:

Lo stile è sempre unico. Il “come”, il modo e la maniera, come ... [...]. Tuttavia è importante, il “cosa”, come viene modellato stilisticamente e inoltre, come questo “come-cosa” si può interpretare: il “perché”. [...] Quale significato sociale viene creato attraverso questo “come-cosa”?.

In seguito definisce lo stile nel modo seguente:

Lo stile linguistico è la modo essenziale e sociale di realizzare un atto tramite il testo o è interattivo tramite il dialogo. Questo modo di realizzare l'atto viene manifestato nel contesto con le caratteristiche del testo o del dialogo e si riferisce ai componenti dell'interazione; riferendosi a questo l'atto si arricchisce di un significato stilistico. (ibidem).

L'analisi stilistica interazionale si occupa soprattutto degli stili e dei dialoghi. Le conversazioni sono tenute in successione: a voce, faccia a faccia o per telefono. Il criterio che le definisce è la reazione diretta di un partner che interagisce con un altro. L'analisi stilistica interazionale comprende l'analisi degli stili linguistici e degli stili dei dialoghi, che vengono ugualmente valutati e stabiliti in modo interattivo. Sandig/Selting (1997b, 5) definiscono lo stile linguistico e dei dialoghi nel modo seguente:

Con l'espressione *stile orale* s'intende il modo e la maniera di parlare nei contesti della semplice interazione, p. es. la fusione rilevante e interattiva del mezzo lessicale, semantico, sintattico, morfo-fonemico, prosodico e in senso lato retorico dell'organizzazione del discorso nella conversazione. Allo *stile della conversazione* appartiene, inoltre, anche il modo e la maniera interattivamente interessanti per organizzare le conversazioni naturali comuni e prodotte dai partner nei contesti delle situazioni che includono lo stile orale utilizzato. Ai fenomeni stilisticamente importanti del dialogo appartengono p. es. anche i modi diversi dell'organizzazione del cambio di parlanti, della realizzazione di complessi schemi di un atto, dell'organizzazione e l'applicazione dei temi e delle modalità della conversazione.

Gli stili vengono intesi come delle strutture flessibili prodotte in maniera interattiva, come mezzi completi della creazione, che possono essere interpretati come indicazioni della complessa contestualizzazione relazionabile solo al contesto. Scopo dell'analisi stilistica interazionale è la ricostruzione e la dimostrazione dello stile come categoria di partecipazione. Tutti questi concetti potrebbero essere concretizzati come segue (per una raffigurazione più dettagliata vedi anche Selting 1997).

2.1. Lo stile come struttura flessibile, creata, attiva e interattiva.

Con "stile" s'intende il modo socialmente e interattivamente importante e significativo per interpretare la produzione e la realizzazione delle azioni nell'interazione sociale. Gli stili si riferiscono alla forma, al COME specifico della realizzazione e all'organizzazione delle azioni: p. es. la forma dell'organizzazione linguistica ed extralinguistica delle sequenze di domanda e risposta nelle conversazioni, nei racconti orali, nelle argomentazioni, nelle descrizioni di viaggi, il modo di realizzare small-talk

(conversazioni leggere), pettegolezzi, seminari o le conversazioni in orario d'ufficio.

Gli stili sono dei prodotti attivi e non sono determinati dal contesto extralinguistico, dalle situazioni, dal grado di attenzione del parlante, dal tipo di testo o di conversazione, dal compito comunicativo o da altro. Tuttavia, i membri delle società di comunicazione sviluppano, nel corso della loro socializzazione comunicativa, le aspettative di precisi stili in determinati contesti comunicativi. Essi hanno la funzione di una semplice previsione, dalla quale possono solitamente essere deviati, certamente con il compito di favorire determinate espressioni e interpretazioni. La vera realizzazione di atti linguistici in uno stile determinato, concordare e stabilire uno stile nella conversazione come ogni cambiamento di stile durante l'interagire è comunque sempre una scelta importante rispetto alle alternative possibili o artificiali.

Lo stile è una forma di cambiamento linguistico, che, però, a suo modo è diverso dagli altri cambiamenti linguistici. Riferendosi al diasistema del tedesco le varietà prototipiche dalle dimensioni diatopiche, diastratiche, diasituative e diafasiche si possono diversificare (cfr. per una visione generale Mattheier 1990, Dittmar 1997). Tuttavia, le varietà così descritte vengono normalmente osservate attraverso fattori extralinguistici di limitate varietà. Nell'interazione comunicativa queste variazioni non sono utilizzate e interpretate come segni o simboli comunicativi rilevanti e significativi a livello interattivo, ma al massimo come sintomo, p. es. l'origine sociale o regionale del parlante.

D'altra parte con lo stile si intende l'inserimento della variazione linguistica come la sua qualità a livello sociale e/o interattiva rilevante/significativa ricca di senso a livello interattivo. In tal senso lo stile non è determinato da fattori extralinguistici, ma è usato localmente come mezzo per produrre un significato e per organizzare l'interazione. L'impiego della variazione linguistica come "stile" si può interpretare come

segnale o come simbolo, con il quale vengono comunicati i significati determinati e interattivi. Gli stili sono delle strutture flessibili e modificabili e possono essere cambiati repentinamente o spostati gradualmente secondo le esigenze dell'interazione.

Il parlante e il ricevente partecipano allo stesso modo alla produzione, al mantenimento o al cambiamento dello stile. L'uso dello stile viene sistemato dai riceventi, le cui reazioni contribuiscono a mantenere o a cambiare gli stili. Gli stili linguistici e del discorso sono delle prestazioni prodotte in modo interattivo. (per la produzione interattiva dello stile linguistico cfr. anche Krafft 1997).

2.2. Lo stile come fenomeno relazionale.

Come viene sempre evidenziato da Sandig (1986, 1995), le strutture stilistiche non hanno un significato fisso e indipendente dal contesto e un senso stilistico stabile. "Lo stile è relazionale: [...] lo stile da realizzare si può interpretare in relazione alle conoscenze e alle aspettative che riguardano i componenti dell'interazione" (Sandig 1995, 33).

Gli stili sono importanti come modi diversi uno dall'altro per realizzare la sequenza di un dialogo o di un tipo di attività. Da una parte sono importanti come tipo di attività o di situazione di modi e maniere per la realizzazione convenzionali, dall'altra le deviazioni dei diversi gradi vengono interpretate in relazione al "finora" nella conversazione o in relazione alla convenzione per il tipo di situazione, il ruolo sociale, il tipo di attività, ecc. ... (Sandig/Selting 1997, 2)

Infine, l'interpretazione della funzione e dell'effetto degli stili si fonda sul sapere implicito (*tacit knowledge*) per quanto riguarda il concetto della scelta e della creazione dello stile confrontati con i desideri normali messi

in relazione con l'uso linguistico nei contesti in questione, con gli stili precedentemente usati e con le alternative possibili ed essenzialmente artificiali. In relazione a queste pretese e agli stili in precedenza utilizzati si raccomanda un'ulteriore scelta stilistica e il cambiamento stilistico significativo si può interpretare a seconda della situazione.

2.3. Lo stile come figura totale.

Sia per i mittenti che per i riceventi gli stili hanno effetto di figure olistiche, di mezzi figurativi olistici e di modi figurativi delle attività di comunicazione, con le quali segnalano l'ambito d'interpretazione in relazione ai normali desideri fissati e alle precedenti modifiche stilistiche.

Una simile interpretazione stilistica è ammissibile per le interpretazioni stilistiche nelle scienze sociali. Così il significato di stile secondo Luckmann si riferisce

Ai principi figurativi, che realizzano le azioni prodotte sulle categorie di orientamento: mantenere le regole dell'artigianato, dell'arte e della comunicazione è una cosa rintracciabile e ricostruibile sistematicamente nelle riserve di sapere di una società. (Luckmann 1986, 618).

Anche Fix sostiene l'interpretazione dello stile come figura olistica (1995, 1996) e questa qualità risulta più essenziale di quella dello stile (cfr. anche Sandig 1995, Selting 1995, 1997). L'impiego dello stile conferisce all'azione linguistica la qualità della misura. Per la cura e l'interpretazione dello stile, tuttavia, secondo Fix vale il fatto che – come insegna la psicologia delle figure – “le totalità hanno altre qualità, se si presentano come la somma delle qualità delle loro parti” (Fix 1996b, 314f.). Dopodiché Fix allude a un formato estetico. Ciò rappresenta un'opinione sullo stile.

Ciò che presuppone la presenza di qualcosa di estetico/compiuto (senza fare riferimento a qualcosa di artistico) e parallelamente lo stile in ogni caso delle dichiarazioni linguistiche, può, inoltre, supporre in qualsiasi modo l'uso di segni standardizzato e mirato.

Ciò ricorda molto un lavoro etnometodologico, nel quale viene mostrata l'estetica della vita quotidiana con la produzione e la realizzazione delle attività nelle conversazioni assolutamente abituali, come p. es. il racconto di storie o di barzellette (cfr. Kotthoff 1997). – Comunque, secondo Fix lo stile si può intendere come un principio piuttosto teorico, che può essere concretizzato in maniera alquanto differente

Lo stile può esistere solo come qualcosa di unitario, di raffigurato, cioè come qualcosa di estetico, poiché solo così può essere realizzata la visibilità – la condizione basilare dello stile -. [...] è abbastanza semplice com'è stabilita la corrispondente fusione. (Fix 1996b, 321).

Questo principio dell'effetto piuttosto astratto dello stile Sandig lo osserva, e lo descrive come lo stile camaleonte (cfr. 1986). Inoltre in un successivo lavoro afferma che:

Lo stile è certamente un camaleonte, ma questo dato di fatto non è allarmante, ma è da valutare sotto l'influenza della funzione generale dello stile con la sua molteplicità di singole attività normalmente indivisibili e la molteplicità degli aspetti di senso che si sovrappongono nei casi concreti (Sandig 1995, 49)

Gli stili sono percepiti e interpretati quasi certamente come delle strutture organizzate in modo prototipico: si possono distinguere, comprendere e associare soprattutto con l'aiuto dei segni prototipici, e comunque sono elaborati con l'aiuto di segni meno prototipici (v. s.).

Secondo Fix la concentrazione della stilistica può assicurare la descrizione dell'adesione alla forma dello stile, del concetto di stile nella sua materia e può si delimitare ad altri concetti:

Ciò che è lo stile in un'azione, in una situazione, in un testo, poi può essere compreso solo se viene inclusa l'intera forma. Il pericolo della perdita dei contorni del concetto di stile può essere superato riferendosi alla forma (Fix 1995, 393).

2.4. Lo stile riferito alla contestualizzazione.

Lo stile è “il mezzo per adattare le situazioni e le azioni, quindi il mezzo assoluto per “indicizzare i vari tipi di azioni” con i dati di fatto concreti (Sandig 1986, 31). Lo stile serve la contestualizzazione delle attività nell'interazione (Gumperz 1982, 1992). La forma olistica dello “stile” si riferisce alla contestualizzazione complessa, alla quale consiglia l'ambito dell'interpretazione rilevante per essa e, quindi, i contesti sono resi in modo istantaneo e sono organizzati come importanti costrutti interattivi.

Gli stili sono potenziali risorse usate generalmente in modo culturale e subculturale. La loro differente interpretazione nella comunicazione intersubculturale può portare malintesi e problemi d'interazione (cfr. Tannen 1984).

L'effetto dello stile rimane soprattutto intuitivo e inconsapevole o consapevole solo in parte. I mittenti producono e i riceventi interpretano gli stili nella direzione di un fondato sapere intuitivo su e intorno a dei significati prodotti e interattivi con l'aiuto dello stile. Per questo motivo gli stili possono essere usati anche con intenti manipolativi (cfr. p. es. l'uso della prosodia da parte dei politici durante e dopo il periodo nazista; Schwitalla 1994). L'inconsapevolezza dell'effetto stilistico è però, a mio parere, nella maggior parte dei casi vincolato in modo che le conoscenze su

molti segni e principi di un'analisi finora mancanti impediscono di rendere comprensibile la composizione dello stile.

2.5. Lo stile come insieme di caratteristiche cooccorrenti.

Se lo stile olistico e attivo viene decomposto e di conseguenza destrutturato diventa ricostruibile come insieme di caratteristiche cooccorrenti utilizzabili dai diversi sistemi linguistici e non linguistici: fonetica-fonologia, prosodia, morfologia, sintassi, lessico-semantica, modelli di formulazione, organizzazione dei cambiamenti da parte del parlante, organizzazione sequenziale, modi di realizzazione di attività e genere, gestica, mimica, modo di movimento, abiti, pettinatura, ecc.

Gli stili intesi come figure prototipiche vengono fatti, prodotti e resi riconoscibili con l'aiuto di e mediante l'interpretazione di segni centrali e di pochi segni centrali periferici (cfr. anche Selting 1989). I cambiamenti della quantità e della densità dei segni prototipici e meno prototipici di uno stile in una situazione di scambio linguistico può essere adoperato per la produzione di cambiamenti stilistici. Repentini cambiamenti stilistici si possono rendere riconoscibili soprattutto con l'aiuto del cambiamento dei segni prototipici, nonostante gli spostamenti gradualmente dello stile verso altri stili piuttosto vengono continuamente cambiati i segni meno prototipici (cfr. ib.). Potrebbero essere creati degli stili da interpretare e immaginare in modo convenzionale secondo le situazioni specifiche e/o potrebbero essere fatti per hobby degli stili ad hoc (cfr. Schlobinski/Schmid 1996 per quanto riguarda gli stili del gergo giovanile).

Gli stili non sono solo figure linguistiche. Molti stili sono il risultato della combinazione di segni linguistici e non linguistici. Dai segni linguistici devono essere differenziate le strutture segmentali e soprasegmentali rispetto a quelle prosodiche. Le strutture non linguistiche

che determinano uno stile provengono sia da fenomeni paralinguistici che dall'inserimento di modulazioni vocali o di riso, da atteggiamenti visivi, dalla gestica, dalla mimica, e perfino dall'abbigliamento e dalla pettinatura ecc. (cfr. anche Fix 1996a). Una limitazione proposta dalle basi pratiche e disciplinari dell'analisi stilistica è soltanto l'aspetto linguistico che è una limitazione che giustifica le basi analitiche. Io mi limito a queste basi dello stile descrivibile in modo linguistico: stile linguistico e colloquiale.

2.6. Verso il rapporto tra stile e attività.

Con lo stile s'intende il diverso modo e la diversa maniera per poter realizzare un genere o un tipo di testo, nel nostro caso un tipo di attività, una sequenza colloquiale o un genere comunicativo. Qui l'"attività" viene utilizzata come un concetto superiore. Con "attività tipo" se ne intende una interpretata da un tipo di attività, da un'attività ordinata e categorizzata o delle azioni interattive; e con "sequenza colloquiale" s'intende una successione di attività all'interno della probabile conversazione, ordinata e suddivisa dai molti partecipanti: le "categorie comunicative" definiscono dei "modelli comunicativi socialmente consolidati e complessi, sui quali si orientano i parlanti e i riceventi sia per produrre che per interpretare le azioni interattive" (Günthner 1995,199).

Le attività di conversazione, i tipi di attività, le sequenze di un dialogo e le categorie non richiedono alcuno stile determinato e specifico per l'attuazione o per la realizzazione. Il tipo di attività prodotto, la sequenza di un dialogo o il genere comunicativo fungono da costante (relativa), da *tertium comparationis*, che può essere formato in differenti modi e maniere. Così p. es. possono essere svolte e/o pronunciate e/o trattate esortazioni piuttosto dirette, o viceversa indirette; per quanto riguarda le interrogazioni, le sequenze domanda-risposta possono essere modellate sul modo e la

maniera rapida, decisa, sintetica, disinteressata, ma anche sul modo e la maniera lenta, riflessiva, titubante, che consentono al partner molto spazio; i racconti possono essere modellati in modo alquanto conciso e disinteressato o piuttosto in modo dettagliato e drammatizzando. Le attività come queste possono essere descritte p. es. con metodi analitici e sequenziali della conversazione, senza con questo tener conto del suo modo specifico di organizzazione. Però, non appena il modo creativo delle attività comunicative viene di volta in volta reso più specifico nella sua prospettiva, si nota che lo stile di questa attività è cambiato nei confronti delle attività obbligate e costanti (per qualcosa di più preciso si veda Selting 1997, 27 e segg.)¹.

Malgrado le eventuali e normali decisioni esistenti in relazione allo stile in determinati contesti d'interazione ci sono anche gli stili delle attività di conversazione, dei tipi delle attività, delle sequenze colloquiali e dei generi innanzi tutto dei modi figurativi indipendenti. La specifica combinazione delle attività di conversazione e degli stili in un contesto d'interazione genera, tuttavia, in un alto concetto descrittivo un concetto comunicativo nei confronti dei significati interattivi: essa consiglia specifici ambiti d'interpretazione, ai quali il partner interattivo si può orientare nella conversazione (per i tipi di significato stilistico cfr. Sandig 1986, cap. 1.2; Sandig/Selting 1997, 4s).

Dunque, per poter includere in maniera sistematica il modo e la maniera della realizzazione delle attività nella conversazione rilevanti in modo sociale e interattivo, è necessario oltre all'analisi della conversazione anche un'analisi stilistica interazionale.

¹ In parte una simile interpretazione del rapporto tra le attività e lo stile si trova alla base anche della concezione dello "stile di registro" di Dittmar (1997, 212 et passim). Nei riguardi del quale nella tradizione sociolinguistica fortemente teorica e metodologica, il concetto compromesso di "registro" esterna i concetti allestiti interazionali più forti di "attività", di "tipo di attività", di "sequenza colloquiale" e di "genere".

3. Teoria di base: analisi dello stile interazionale differenziata dall'analisi stilistica e pragmatica.

A differenza di molti altri principi della pragmatica linguistica, l'analisi stilistica interazionale non si trova nella tradizione linguistica della teoria dell'atto parlato. Poiché le differenze tra le direzioni dell'analisi del discorso non sembrano in generale ancora conosciute, in seguito tratterò soprattutto le direzioni più note nella linguistica influenzate dalla teoria linguistica, per poi schizzare brevemente la delimitazione del qui più rilevante principio dell'analisi etnometodologica della conversazione e la sua rilevanza per quanto riguarda l'analisi stilistica interazionale.

Fix (1996a, 112) raggruppa le affermazioni fondamentali per l'interpretazione stilistica comunicativa e pragmatica nel seguente modo:

Lo stile è una faccenda di mittente e ricevente. Esso si costituisce sull'agire comunicativo dell'interessato ed è, quindi, organizzato, per trovare informazioni stilistiche, doppi sensi e sensi sociali come strutture secondarie. Per questo si necessita della visibilità, resa possibile intendendo l'unità dello stile, anche per il fatto che ogni elemento stilistico di un testo è ordinato in una concatenazione. Da ciò ne emerge che lo stile è un fenomeno legato al testo. (Fix 1996a, 114).

Fino a oggi nell'ambito della stilistica si sottintendeva il "comunicativo" e/o il "pragmatico" con il senso di "inteso". Spesse volte, tuttavia, si trova alla base un indirizzo di impostazioni che fanno parte della tradizione della teoria del segno linguistico.

Ai metodi fondamentali delle applicazioni basate sull'atto della teoria linguistica appartiene l'apertura delle intenzioni dei prodotti linguistici degli interagenti sulla teoria della ricostruzione delle condizioni e delle forme dell'azione (indicatori delle illocuzioni). Alle applicazioni delle analisi del discorso, che si trovano nella tradizione della teoria linguistica,

appartengono soprattutto l'analisi del dialogo dell'atto della teoria linguistica e l'analisi del discorso della teoria delle azioni sia funzionali che programmatiche. Queste applicazioni si occupano prima di tutto di ricostruire modelli d'azione per la comunicazione istituzionale. La relazione con la realtà empirica diventa tuttavia differente in entrambe le applicazioni.

L'analisi del dialogo (teoria dell'atto linguistico) si concentra in primo luogo "sui tipi di dialogo finalizzati a uno scopo", e fissa provvisoriamente "i fenomeni della cosiddetta comunicazione fatica (sic!) (*small-talk*, dialoghi da tavolino, chiacchiere ecc.)" (Hindelang 1994, 105). Essa osserva il modello dell'azione linguistica deviata teoricamente, e le sequenze rese ben postulate in modo introspettivo come presupposto per lo studio della comunicazione empirica, e manifesta apertamente i problemi del rapporto tra i modelli dell'azione dedotti teoricamente e la realtà empirica (ibidem, 109). Per l'analisi dell'esito delle trascrizioni teoriche dell'atto linguistico, che focalizza l'analisi del singolo atto e della sequenza dei gesti linguistici, in parte la problematica dell'accettazione viene ampiamente accostata alle (inosservate) intenzioni, agli atteggiamenti e alle valutazioni delle situazioni, che qui non possono sempre essere giustificate dalla trascrizione (ibidem 102). A un simile inizio anche la critica che è formulata in riferimento alla teoria dell'atto linguistico corrisponde al fatto che la ricerca del singolo atto linguistico può appena essere quantificato con l'aiuto dell'assegnazione che va oltre l'intenzione monologica della descrizione del processo di produzione dell'interazione comunicativa sia nella comunicazione istituzionale sia in quella d'ogni giorno.

Rispetto a ciò l'analisi del discorso teorico dell'azione sia funzionale che programmatica ricostruisce il modello d'azione linguistico dall'analisi "riflessivamente empirica" della comunicazione autentica (Brünner/Graefen 1994, Ehlich 1991). Allo stesso modo dell'analisi del dialogo la categoria del fine sovraindividuale (sia della società che istituzionale) viene visto

come motivo centrale della struttura per il modello dell'azione linguistica; gli obiettivi vengono desunti anche da una teoria della società che tende ad analizzare l'istituzione. Accanto all'analisi dello scopo sovraindividuale ha un ruolo per tale studio l'interpretazione degli obiettivi individuali dei singoli interagenti. Per l'analisi del discorso Brünner/Graefen (1994, 13) mettono in luce la differenza dell'analisi della conversazione nel modo seguente:

L'analisi del discorso mette l'accento [...] sulla forma originaria dell'agire linguistico per mezzo degli scopi sociali e delle condizioni istituzionali e mira a ricostruire, il *perché*, l'essere obbligato dell'obiettivo dell'agire.

Con le analisi concrete vengono verificati gli elementi costitutivi della mente, dell'azione e dell'interazione, e gli elementi dei modelli dell'agire linguistico. Un problema di questo principio mi pare stia alla base della metodologia linguistica solo con delle possibilità molto ristrette dell'esame e della validità degli elementi mentali e inosservabili dell'azione.

La teoria dell'atto linguistico e la sua evoluzione sono sempre portate come esempi per seguire una teoria delle acquisizioni di base organizzata su sfondo monologico, che si confà indiscutibilmente a una descrizione dei singoli atti linguistici isolati e forse ancora a una descrizione dei modelli d'azione regolati in maniera istituzionale, ma non a una descrizione dell'iterazione comunicativa nella lingua di tutti i giorni (v. in aggiunta a ciò prima di tutto anche Searle 1992). La sua tradizione linguistica come anche la sua metodologia hanno facilitato tuttavia il suo riconoscimento nella linguistica.

Dal punto di vista di una linguistica interazionale e dell'analisi stilistica dovrebbe essere dimostrato per gli scopi sociali e istituzionali richiesti, come e in che senso si orientano i partner dell'interazione percepibili nella loro interazione: le intenzioni, il fine dell'azione e le procedure intellettuali

sono appena analizzabili insieme ai metodi linguistici. Ma ciò che si può osservare empiricamente e quindi analizzare sono l'orientamento e i processi espliciti della produzione, gli effetti sulle interpretazioni dei riceventi nell'interazione, nella misura in cui essi si manifestano nella loro reazione sulle conseguenze che si possono analizzare. Per un'analisi stilistica fondata e valida empiricamente si dovrebbe osservare nei riceventi i fini, le contrapposizioni e il punto di partenza dell'analisi che non sono la trascrizione delle intenzioni inosservabili, ma i fini dell'azione o i produttori intellettuali, quindi la destrutturazione degli effetti stilistici.

Per questo tipo di analisi stilistica è più evidente l'orientamento verso un modo di pensare e i metodi dell'etnometodologia e dell'analisi della conversazione, che hanno le loro radici nella sociologia e nella fenomenologia dell'interazione. Qui si ha l'interazione tra i membri sociali, la cui costruzione sociale della verità (Berger/Luckmann 1977) e la produzione è la concordanza tra senso e significato nell'interazione al centro degli interessi. Con questo la lingua viene vista fin da principio come il mezzo dell'interazione e viene analizzata poiché è collocata nei processi sociali dell'interazione. Questa base è attribuita essenzialmente in modo più ampio a quella della tradizione della teoria dell'atto linguistico parlato.

Nella linguistica i modi di pensare e i metodi dell'etnometodologia e dell'analisi della conversazione sono sempre meno noti in confronto a quelli della tradizione della teoria dell'atto linguistico (proprio da risorse materiali che diventano sempre più ristrette) e sono leggermente esposti all'esortazione, effettivamente non appartengono alla linguistica ma alla sociologia. Se si ammette che la lingua sia un fenomeno cognitivo e sociale, e l'uso di questa appaia come fine per organizzare l'interazione sociale, allora la base dell'analisi deve essere una teoria adeguata, ammissibile e di grado dell'astrazione e della capacità di congiunzione dell'interazione sociale. Queste richieste colmano l'inizio dell'interazione e dell'etnometodologia meglio della teoria dell'atto linguistico. L'analisi

stilistica interazionale che in seguito verrà schizzata si orienterà su questi principi.

In seguito metterò insieme i compiti e i principi metodologici di un'analisi stilistica interazionale.

4. Compiti e principi metodologici dell'analisi stilistica interazionale.

L'analisi stilistica interazionale, e soprattutto la linguistica interazionale, riconosce la lingua e i fenomeni linguistici come delle risorse che i produttori linguistici applicano in previsione dell'organizzazione delle interazioni sociali. Per descrivere l'organizzazione dell'interazione sociale diventano importanti nell'analisi del dialogo gli insiemi dei doveri e i meccanismi dell'organizzazione che sono stati esaminati: in special modo l'organizzazione dei cambiamenti linguistici (Sacks/Schegeloff/Jefferson 1974, cfr. anche Selting 2000), la costituzione dei tipi di attività e delle organizzazioni sequenziali (p. es. la sequenza domanda-risposta, i giudizi e le loro sequenze, e molti altri ancora), la produzione e l'organizzazione interna dei generi dei dialoghi come i racconti e le argomentazioni nel loro contesto d'interazione.

Scopo dell'analisi stilistica interazionale è la ricostruzione delle categorie dei partecipanti ai livelli della struttura e della funzione per la produzione e l'importante uso degli stili tramite il partner di reciprocità nell'interazione sociale. In altre parole: l'analisi stilistica interazionale aspira a ricostruire i metodi dei partner d'interazione, che sono importanti per la produzione e la ricezione, la produzione e l'interpretazione degli stili nell'interazione. Secondo questo punto di vista si vede un'aggiunta ai "concetti stilistici del tempo" (v. Fix 1996a, 120) o anche solo agli scopi stilistici, essi possono essere resi veramente empirici tramite il loro interesse con l'interazione. Nella maggior parte dei casi si presenta

un'unione tra effetti stilistici e interpretazioni constatabili ed esaminabili in modo empirico con il proposito di destrutturare i metodi pieni di significato della produzione e dell'interpretazione stilistica.

L'analisi stilistica interazionale è un'impostazione rigorosamente empirica, che sviluppa tanto la sua categoria di descrizione quanto anche la validità dei suoi risultati in base alle registrazioni su nastro dei dati empirici che si trovano alla base dei contesti d'interazione naturali. Tuttavia, questo non è soltanto una descrizione di modelli e pattern strutturali. La ricostruzione dei metodi di produzione e d'interpretazione stilistica implica la ricostruzione delle attese cognitive, basilari, libere dal contesto, p. es. rispetto alla concorrenza dello stile e del contesto, dei contrassegni stilistici, ecc., che però diventano interessanti con la loro interazione nei molteplici modi percepibili dal contesto e possono quindi essere applicati.

L'analisi stilistica interazionale si occupa, prima di tutto, degli stili nell'interazione diretta e orale, nei dialoghi faccia a faccia così come nei dialoghi telefonici. Si comincia da una comunicazione diretta e orale nel modo basilare d'interagire, gli altri modi d'interazione sono rispetto a questo ordinati filogeneticamente, ontogeneticamente e nella pratica di tutti i giorni. La descrizione degli stili delimita la descrizione degli stili del discorso e della lingua, che eventualmente possono e devono essere capaci di collegarsi alla descrizione degli stili negli altri ambiti d'espressione come la gestica, la mimica, l'abbigliamento, l'acconciatura ecc. (per es. v. Soeffner 1986).

L'analisi della comunicazione orale, con la quale s'interagisce in modo audiovisivo o solo auditivo con un'unione diretta di canali tra mittente e ricevente ha il vantaggio che le reazioni dei riceventi avvengono in modo diretto e quindi manifestano l'interpretazione di quelle precedenti per i riceventi. L'osservazione di questi processi rende possibile al ricercatore un accesso empirico per le precedenti interpretazioni di Turns, che possono essere descritte, esaminate e controllate in modo metodico con un metodo

di studio che segue l'analisi della conversazione nell'ambito di un'analisi stilistica interazionale (cfr. Selting 1995, 1997).²

Con l'analisi dello stile del discorso e dei dialoghi orali l'analisi stilistica interazionale fa uso dei seguenti passi e metodi tipici per l'analisi (per gli esempi dell'uso v. soprattutto Selting 1995, 1997):

(1) La ricerca del materiale e la formazione dell'ipotesi:

L'identificazione e una prima caratterizzazione dello stile creato olisticamente in una parte di conversazione e il suo significato sono interpretati intuitivamente attraverso gli elementi analizzati; per la concordanza e la stabilità degli stili di relazione e di quelli del discorso si può dimostrare in maniera notevole soprattutto attraverso l'analisi dei primi 5-10 minuti di conversazione e con la successiva analisi dei punti chiave che in primo luogo si possono identificare intuitivamente nel successivo corso della conversazione.

(2) Analisi della struttura:

La decomposizione e quindi la destrutturazione dello stile olistico, il più possibile fino ai suoi più piccoli segni di riconoscimento costituiscono lo stile nell'ambito della fonetica/fonologia, della prosodia, della morfologia, della sintassi, del lessico-semantica, della pragmatica, delle pratiche e dei modelli di formulazione, dell'organizzazione sequenziale, delle analisi delle possibilità e delle limitazioni della combinazione dei mezzi stilistici per riunire e procedere secondo un contrassegno prodotto dallo stile;

(3) Analisi della funzione:

² Rispetto a ciò esiste una comunicazione scritta solo nel senso di un'unione indiretta di canali tra scrittore e lettore, nel senso visuale. Ma inoltre il concetto dello scritto all'occasione viene letto a voce alta o anche recitato. Nella comunicazione scritta si possono collegare le reazioni del ricevente come reazioni anticipate nel lavoro della formulazione, ma possono essere osservate solo direttamente in maniera veramente rara. Le interpretazioni e gli effetti sono in questo caso esplorabili empiricamente con l'aiuto p. es. di osservazioni di veri processi di scrittura di testi redatti in cooperazione (cfr. la ricerca scritta in modo empirico p. es. da Dausendschön/ Gülich/ Krafft 1992), lo studio della ricezione e dell'effetto, p. es. con l'aiuto di consultazioni da parte dei riceventi, di esperimenti di percezione e di interpretazione.

La ricostruzione degli ambiti d'interpretazione e delle inferenze sono più evidenti con l'aiuto degli stili usati così come le loro funzioni nell'interazione, soprattutto considerando la costituzione e il cambiamento per definire la situazione e la produzione di un'attività, di un'autoraffigurazione, di una produzione di rapporti, ecc.;

(4) Validità e giustificazione dell'analisi:

La prova dell'importanza interattiva dell'uso stilistico, in altre parole la prova che i partecipanti all'interazione si orientano nelle loro dichiarazioni ha come effetto l'uso dello stile e ne ottiene un nuovo comportamento. Per questo possono essere nominati in dettaglio i seguenti procedimenti (cfr. Selting 1997, 33segg.):

(4.1) L'analisi della cooccorrenza di un altro mezzo stilistico e prosodico implicito, si può rendere in modo sintattico usando metodi di informazione lessicali e verbali espliciti;

(4.2) L'analisi del modo del probabile impiego e delle restrizioni d'uso dello stile in relazione alle attività;

(4.3) Il confronto dello stile di un'attività con uno stile (linguistico e immediato) usato in primo luogo come dinamico e prodotto dagli stessi partecipanti come *tertium comparationis*, sul quale si orientano i partner dell'interazione;

(4.4) La ricostruzione della funzione, dell'ambito consigliato dell'interpretazione e dell'organizzazione interattiva dell'uso e/o del cambiamento dello stile nel contesto linguistico;

(4.5) La ricostruzione dell'interpretazione e del trattamento dello stile e quindi delle attività contestualizzate attraverso i riceventi nel seguente contesto;

(4.6) La ricostruzione dell'interpretazione e del trattamento dei casi divergenti, nei quali lo stile viene usato contro le aspettative.

Un principio metodico viene generalmente perseguito per sviluppare ogni ipotesi, ogni categoria di descrizione e ogni interpretazione della funzione e dell'effetto dello stile materiale dei dati empirici e in base al materiale dei dati da dimostrare e da giustificare come rilevanti. Perché siano funzionali, ai sensi della validità e della giustificazione dell'analisi stilistica interazionale, tutti i metodi qui nominati dovrebbero, tuttavia, mirare anche a ricostruire nella situazione concreta uscente le aspettative generali e concrete di forma normale, l'ambito del sapere e lo schema del comportamento eccedenti, che spiegano gli usi concreti dello stile e quindi ne giustificano l'analisi stilistica.

Il profitto è la descrizione delle risorse e dei metodi che i partner dell'interazione usano con la normale organizzazione di tutti i giorni come anche con la forma stilistica manipolata strategicamente dall'interazione sociale.

5. L'utilità della stilistica.

L'analisi stilistica interazionale può essere vista come una componente di una linguistica interazionale (Selting/Couper-Kuhlen, in corso di stampa), che segue lo scopo di descrivere le strutture linguistiche e i segni distintivi come risorse dell'organizzazione dell'interazione naturale e sociale.

Il concetto di stile permette di analizzare nella prospettiva che si estende al tipo d'attività la variazione e la variabilità della lingua e del suo comportamento come risorsa nei confronti della produzione del significato sociale e interattivo e della rilevanza nelle interazioni. Questo descrive una parte del nostro comportamento linguistico e la competenza dell'atto linguistico, infatti, la competenza linguistica come parte della nostra capacità comunicativa e interazionale: la capacità di usare i mezzi e i

metodi stilistici finalizzati a un effetto e flessibili con i contributi linguistici sono improntati sui riceventi sistemati nei contesti d'interazione.

La capacità della comunicazione orale e l'interazione adeguate ai riceventi e alla situazione oggi diventano sempre più considerevoli (cfr. accanto a ogni telefono è disponibile da molto tempo: il telefonbanking, il videotelefono, la comunicazione orale automatizzata nel campo dei servizi come visione, l'importanza e la presenza crescente della trasmissione di massa mediale dei dialoghi e di altri eventi della comunicazione p es tramite internet e altri nuovi mezzi di comunicazione). Pur essendo in una moderna cultura di comunicazione e di informazione organizzata per una comunicazione mediatica adeguata alla situazione e alla competenza dell'interazione, in futuro diventerà sempre più importante anche l'analisi e la formazione delle qualità comunicative orali.

Una generale analisi stilistica è l'ipotesi di una retorica generale fondata linguisticamente. Una descrizione dei nostri metodi di produzione e d'interpretazione dello stile è la premessa per un'applicabilità pratica di questo sapere: p. es. per una sensibilizzazione dello stile della lingua e della conversazione come scopo delle figure stilistiche finalizzate alla questione e il miglioramento della capacità d'interazione nell'ambito di una retorica descrittiva e pratica del discorso. (cfr. Kallmeyer 1996).

Barbara Sandig

Lo stile è relazionale! Ricerca di un accesso cognitivo.

1. Introduzione.

Il carattere “relazionale” dello stile viene sottolineato più volte nella letteratura linguistica, ma in che senso lo stile è relazionale?

A tale riguardo gli stili, innanzi tutto, sono relazionali se nascono come diversi uno dall’altro, infatti lo stile si basa sulla differenza.

Perché gli stili sono differenti? Gli stili, da una parte, sono tipizzati e per questo convenzionalmente sono usati come differenti modi di parlare e scrivere, per indicare i diversi modi di autorappresentazione, ma anche di considerazione del destinatario, di creazione del rapporto, di differenti interpretazioni delle situazioni, di tipi di azione e di tema, di modi di atteggiamento, ecc. Dall’altra parte sono usati come stili tipizzati o individuali, per adattare l’azione linguistica concreta, semplice o complessa alle esigenze individuali della situazione concreta con gli interagenti. Con questo doppio ruolo sono l’espressione della cultura comunicativa della comunità che si differenzia in sé e degli spazi possibili all’interno di tale cultura.

2. Lo stile.

Gli stili sono le creazioni specifiche di dialoghi e testi rispetto ai loro passaggi (Selting 1997: lo stile è un mezzo della creazione; Fix 1995). Queste creazioni si basano su fasci di segni esaminati strutturalmente: i segni dei vari livelli di descrizione del testo nei confronti del dialogo o delle loro parti sono (continuamente) insieme, e concorrono e sono interpretabili come creazione significativa causata da questa concorrenza (Selting/Hinnenkamp 1989) in parte costruita ad hoc come p. es. lo stile poetico individuale o particolare. In genere in questo modo è il “significato” delle forme linguistiche a dare forma agli aspetti dell’interazione (Sandig 1989, cap 1.2).

Gli usi dello stile tipizzato come creazione dello stile prodotta intersoggettivamente “contestualizzano” (Auer 1986, Auer/Di Luzio 1992) particolari interpretazioni intersoggettive, in altre parole si appoggiano ai riceventi purché questi abbiano il sapere stilistico adeguato (anche relativo al proprio sapere). Con la creazione di figure individuali l’azione e/o il tema si può interpretare come gradualmente “determinato”, quindi relativo al compimento non individuale dei tipi d’azione e/o dei temi.

Così, facendo una considerazione più ampia, lo stile è costituito da una struttura caratteristica: i segni che cooccorrono sono percepiti come forma, essa è significativa, interpretabile e relativa al sapere corrispondente. Questo, tuttavia, non è sufficiente a descrivere lo stile. Resta p. es. aperto il problema del perché questa figura o lo stesso tipo di forma possa essere adoperata per significati stilistici molto diversi: il significato stilistico di una parte del testo o di una conversazione ma anche di suo stralcio può essere interpretato solo se la figura stilistica significativa viene messa in relazione con gli aspetti stilistici importanti per l’interazione.

Perciò la domanda è: quali modi o forse quali tipi di relazioni sono in gioco per interpretare una figura stilistica? E tralascio qui le relazioni

interne al contesto, con le quali, p. es. nascono metafore o parallelismi, ma anche relazioni interne al sistema linguistico (p. es. tra gli elementi dei diversi livelli stilistici: *capo/testa/zucca*), le relazioni dei passaggi delle conversazioni quanto con i sistemi di preferenza (preferenza per la risposta a una domanda, meno preferita la controdomanda, non preferita la non-risposta...: Levinson 1983, cap. 6.2) o le relazioni all'interno dei fasci di segni nel testo e nella conversazione.

3. Relazioni notevoli.

Si tratta di relazioni che diventano notevoli nell'interazione. esse si possono suddividere:

- facendo riferimento all'azione che viene eseguita attraverso il testo o la conversazione;
- al tema;
- all'azione e al tema nei confronti dell'intertestualità;
- alle circostanze dell'azione: tipi speciali di situazioni e in generale l'ambito dell'azione o dell'istituzione, ma anche del canale con i portatori del testo e più specificatamente: il mezzo;
- agli agenti del testo rispetto agli interagenti della conversazione;
- all'ambiente socioculturale: il tempo storico, l'ambiente sociale, la regione, la cultura e di conseguenza la sottocultura.

Gli interagenti hanno acquisito in seguito alle loro esperienze comunicative il sapere stilistico e questa è la premessa che tali relazioni possono essere importanti (cfr. Tolcsvai Nagys 1998 accesso cognitivo allo stile).

Non solo l'aspetto dell'interazione con gli stili tipizzati e lo stile scelto di volta in volta diventa efficace, ma *lo stile si trova in primo luogo in*

relazione ai fatti manifestati per poter essere interpretato con gli altri aspetti dell'interazione. Questo può essere indicato in modo esemplare nel modo seguente. Innanzi tutto un modello di preorientamento dei suoi aspetti di comunicazione, che a coppie possono essere (resi) interessanti come relazioni (fig. 1, pag. 27)

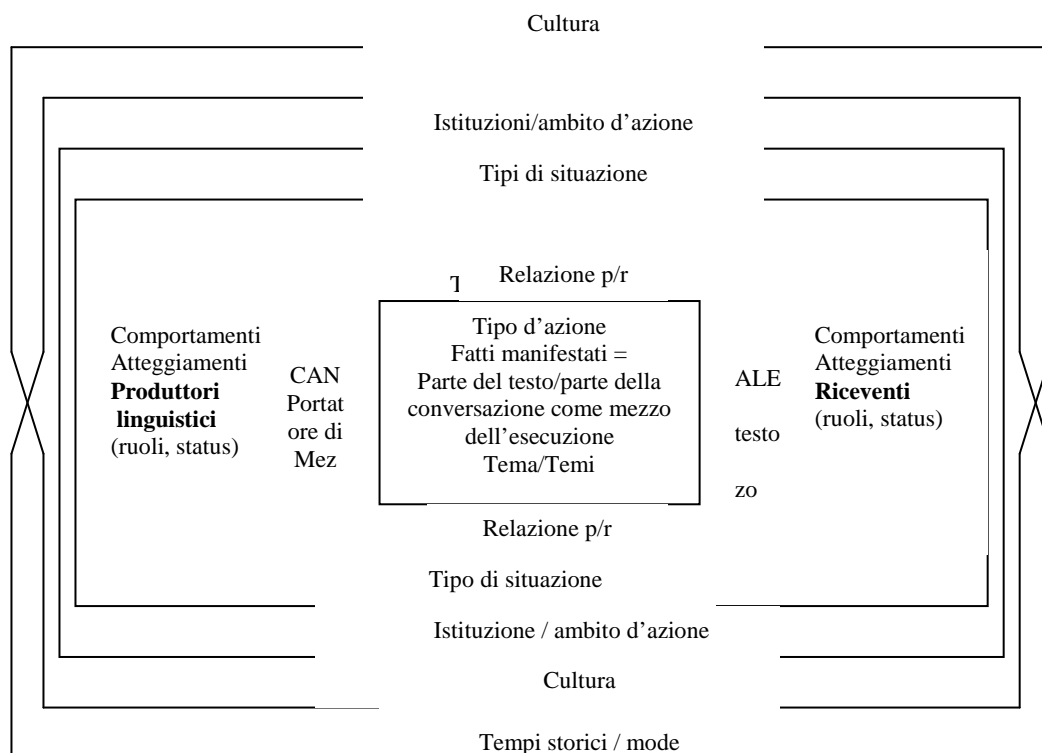


Figura 1

Con questo modello non si rappresenta la semplicità e la chiarezza, ma esse sono ricordate per poter interagire nella conversazione con i suoi ruoli scambievoli.

La molteplicità delle relazioni, alle quali accennerò in seguito, rende lo stile di difficile descrizione, è anche alla base dei metodi di confronto abbastanza essenziali (Fix 1991).

Van Dijk (1997) sottolinea che gli interessati nell'interazione scritta o parlata non dispongono solo di "modelli" cognitivi per i tipi d'azione, ma di

eventi tematizzati – completo: gli stili tipizzati come “modelli di stile” – ma anche di “modelli del contesto” in parte impongono delle costrizioni (“constraints”), ma possono anche influire attivamente (208s). I modelli formano il sapere come è convenzionale (socially shared: van Dijk 1997, 209):

Context models (...) represent the intentions, purposes, goals, perspectives, expectations, opinions and other beliefs of speech participants about each other, about the ongoing interaction or currently written or read text, or about other properties of the context, such as time, place, circumstances, constraints, props and any other situational factor that may be relevant for the appropriate accomplishment of discourse (van Dijk 1997, 198)¹.

Queste funzioni del modello del contesto influenzano la struttura del testo fino ad arrivare allo stile (1997, 198, 208s) e questo, al contrario, può influenzare anche il modello contestuale (1997, 198). In questa concatenazione van Dijk parla di relazioni molteplici (ibidem) che spiegherà più avanti con degli esempi. Inoltre, Van Dijk sottolinea (passim) che assolutamente non ci può essere conformità con i modelli del contesto disposti alla base dal parlante/scrittore e dal ricevente.

Mi sembra importante sottolineare che i modelli del contesto sono la totalità: gli aspetti dei suddetti modelli di comunicazione si concretizzano in una combinazione fissa e interpretata come totalità socialmente importante. In seguito emergeranno solo analiticamente i singoli aspetti della descrizione.

Sarebbe possibile descrivere sistematicamente tutte queste relazioni tra i fatti manifestati e gli aspetti dell’interazione nella loro rilevanza stilistica.

¹ [N.d.T; *in inglese nel testo originale*] I modelli del contesto (...) rappresentano le intenzioni, gli scopi, gli obiettivi e le altre convinzioni dei partecipanti al discorso uno su l’altro, sulle interazioni attuali oppure correttamente scritte o di un testo letto, oppure su altre proprietà del contesto, come il tempo, il luogo, le circostanze, le limitazioni, le qualità e gli altri fattori situazionali che possono essere rilevanti per l’appropriato completamento del discorso.

Siccome ciò non si può realizzare in questa sede, - succederà forse in altro luogo - potrei scegliere per quanto riguarda il testo un esempio più complesso. Come esempio tratto dalla letteratura sarebbe molto adatto all'ambito linguistico quello di Tannen (1984): Tannen mostra che uno stesso o un diverso sfondo socio-culturale del parlante determina le interpretazioni degli stessi fatti manifestati ma anche l' 'individualità' si può interpretare, ma anche solo distinguere, in relazione a questo sfondo.

4. Analisi degli esempi.

A Saarbrücken si ha una "Strada del 13 Gennaio". Nel campo antistante, il 13 gennaio 1999 l'artista Mia Unverzagt attuò un'esibizione sull'argomento "arte in strada contro l'oblio", ella completava un cartello di divieto d'accesso *della Strada del 13 gennaio* con uno vuoto e uno di senso unico messo a gomito. Una foto di quest'opera fu attaccata su 41 facciate grandi del cartello nei dintorni della città di Saarbrücken, ed era completata dalla frase: *il 13 gennaio 1935 votarono più del 90% degli abitanti della regione Saarland per il "ritorno" al Terzo Reich*. Una delle facciate del cartello si trovava nelle immediate vicinanze della "strada del 13 gennaio". Il motivo esibito anche su diverse cartoline. La fig. 2 mostra uno dei tre diversi motivi leggeri (v. pag. 34).



Il 13 gennaio 1999 il giornale di Saarbrücken fece il resoconto di quest'esibizione e commentò: si doveva provocare “la fine della tranquillità” (titolo), poi “il nome di una strada, su cui non si è mai indagato, celebra ancora oggi l'annessione della Saarland al Reich di Hitler” (sottotitolo) e questo anche durante il periodo del governo francese nella Saarland, sebbene la strada dal 1949 al 1957 abbia avuto un altro nome. La campagna deve anche avere un altro effetto: con la figura, con le parti linguistiche e con la combinazione di entrambi come testo complessivo, cfr. il “significato del testo allargato” di Spillner (1982, 92).

Innanzitutto l'opera mostra con una fotografia il cartello stradale della “Strada del 13 gennaio”, per distoglierlo è stato completato da un cartello stradale “vuoto” e da un cartello: “Senso unico posizionato in controsenso”, a questo punto non esiste più nella “realtà”, poiché la strada è percorribile in entrambi i sensi di marcia. Esiste, dunque, una particolare relazione tra l'illustrazione e la riproduzione, anche per quanto riguarda il tema.

Quali sono le altre relazioni in gioco? Quale è il fatto mostrato da interpretare? E quale parte di tutto questo si può interpretare come lingua e/o come figura?

Van Dijk (1980, 158) distingue tra il “canale” tecnico, che qui permette la relazione di parte del testo linguistico e la figura, e il “portatore del testo”, cioè il cartello o la cartolina. Noi riconosciamo i cartelloni come portatori di un messaggio pubblicitario: innanzitutto per Van Dijk (1997) propongono con la prima ricezione il modello del contesto della “pubblicità”. In relazione all'uso convenzionale del portatore di testo qui non si tratta di pubblicità; ma deve produrre sorpresa, sbalordimento, come si inteso spesso anche nella pubblicità.

In relazione con il tipo d'azione pubblicitaria, che è solita per questo detentore di testo, sono anche da accertare i tratti comuni: il fatto creduto deve prima essere decifrato nei processi chiave. La diversa critica politica

(come tipo d'azione) si estende come di consueto ad altri portatori di testo come i cartelloni pubblicitari.

Il tema è sorprendente per un cartellone pubblicitario, anche per questa relazione. Questo si ottiene sia nella lingua che nella figura e certamente così che questo provoca una tale sorpresa: la figura non riproduce oggetti usuali per la pubblicità e anche in caso contrario non sembra “sobrio per la pubblicità” nel colore e nella forma (fino ad arrivare al cartello stradale di senso unico in bianco e nero). A proposito dell'oggetto di presentazione la figura, inoltre, è stata arricchita da parti rese estranee (il cartello stradale vuoto, il cartello stradale di senso unico). Anche la parte linguistica del testo è stata arricchita. Poi, in relazione agli slogan del trentesimo anno *Casa nel Reich!* si trovano due campi tematici molto differenti *Ritorno (a casa) nel Terzo Reich* (modelli mentali per eventi dopo Van Dijk 1997). Ci sono due diversi casi di intertestualità.

Ritorno (a casa) è connotato come semanticamente “positivo”, e *Terzo Reich* in una visione attualmente semanticamente “neutra”, ma d'altra parte si può anche valutare “negativamente” (secondo il contesto). Queste valutazioni inconciliabili sono collegate direttamente l'una all'altra all'interno del testo (come una relazione interna al testo), e così sono collegate insieme due prospettive contrastanti: quella del 1935 (*Casa nel Reich*) e quella del periodo seguente la fine del Terzo Reich, per cui la relazione sintattica rimane in sospeso, quanto nel 1935 si poteva riconoscere grande il *Reich* come già “*Terzo Reich*”. Inoltre, il tema viene arricchito da un'espressione che rappresenta la mentalità, e viene fatta arrivare metaforicamente attraverso il cartello stradale di senso unico: “L'adesione al Terzo Reich condusse nella direzione sbagliata, ed ebbe delle conseguenze spaventose”, ma anche la figura dell'odierno nome della strada e il suo referente vengono interpretate con il cartello di senso unico-cartello stradale: “Ancora oggi si va nella direzione sbagliata”.

Con Kress/Van Leeuwen (1996) l'interpretazione va oltre: entrambi i cartelli stradali, quello reale e quello vuoto, "corrono" come "vettori" obliqui "sul cartello di senso unico", ciò mette in mostra il "legame" e chiude la "dinamica". Inoltre sul bordo inferiore sinistro della figura il cartello vuoto è parallelo al tetto di una casa moderna con il tetto a terrazzo: entrambi "stanno bene" insieme e distinguono il cartello munito di dicitura. La "modalità" della figura è "realmente" una foto invernale, nonostante (in relazione a) il contenuto della foto sia riprodotto e reso estraneo.

Tuttavia tutte queste qualità fissano nuovamente la vicinanza con la pubblicità (come relazione particolare): il cambiamento di una rappresentazione fotografica e il cambiamento linguistico come tecnica comune (caratteristiche strutturali nel fascio delle caratteristiche); l'effetto deve essere lo stesso come in parte della pubblicità: il rimanere attaccato alla memoria è alla base del lavoro con le offerte. Ma al cospetto di questa vicinanza con la pubblicità diventa comprensibile anche la differenza.

La relazione tra la lingua e la figura come mezzo per realizzare l'azione e la trattazione dei temi esiste in una "integrazione alternata" (Spillner 1982, 92): la figura indica l'oggetto della referenza *Strada del 13 gennaio*, che viene divulgato attraverso le parti della figura (cartello vuoto e cartello di senso unico). La parte linguistica dell'intero testo fornisce la MOTIVAZIONE della figura, così la figura viene completata (1982, 94). Inoltre, viene determinata (1982, 94) in modo che viene RICHIESTO di sostituire il nome della strada, mentre il cartello vuoto viene riempito con un altro nome. Al contrario la dichiarazione ha la sua importanza prima nel contesto della figura, che commenta la dichiarazione suddetta (1982, 92): "Strano a dirsi questo viene celebrato ancora oggi". Il cartello stradale a senso unico riempie (1982, 94) la parte linguistica con l'espressione di una valutazione: "Un movimento nella direzione sbagliata". Spillner (1982) mostra in base ad altri esempi come può essere difficile da interpretare la relazione lingua-figura con questi "testi allargati".

La relazione tra i fatti manifestati e gli agenti può mostrare – con un sapere corrispondente – in primo luogo l’artista come persona che si esprime in modo politicamente sveglio e consapevole, come individuo con una propria impronta (stile individuale) rispetto ad altri artisti. Per quanto riguarda i destinatari si deve presupporre che abbiano un sapere determinato – condizionato regionalmente –, p. es. devono conoscere lo slogan *casa nel Reich*, essi forse sapevano perfino che nel castello di Saarbrücken una cella serviva ai prigionieri politici e che al confine di Saarbrücken si trovava un campo di concentramento (la cui dimensione nel 1999 era ancora praticamente sconosciuta). Il testo è indirizzato ai cittadini politicamente responsabili, e anche per questo motivo si potrà appena giustificare. Viene anche stabilito un modo particolare di relazione. Nell’ambito di un molteplici indirizzo questo testo-lingua-figura si rivolge naturalmente in particolare ai membri della città, che sono responsabili dell’assegnazione del nome della strada.

La relazione sulla situazione d’uso consiste di molte sfaccettature. Innanzi tutto su questo punto la “situazione” viene interpretata “localmente”: la cerchia della città di Saarbrücken, poiché deve essere gradita agli abitanti di Saarbrücken, e specialmente solo la vicinanza logistica di una facciata del cartello alla strada, a cui si fa riferimento. La situazione è anche da interpretare “in modo temporale”, nel frattempo viene scelto l’anniversario di ogni avvenimento storico per comunicare la campagna. Infine, la “situazione” è – con il sapere corrispondente, che fornisce p. es. il quotidiano nel suo articolo – anche da capire in modo che il nome della strada ancora esistente viene visto in rapporto con il campo di concentramento di Saarbrücken, che si è cercato da lungo tempo di “dimenticare”.

In relazione al tempo storico vengono illustrati anche in modo critico i due motivi (1935 e 1957) dell’assegnazione del nome di questa strada. È implicito: “Che dopo tanti anni la fine del terzo Reich e dopo il ritorno del

Saarland alla Germania dell'ovest ci sia ancora l'importanza del dato storico che si denota chiaramente".

Relativo alla cultura del tempo in questo testo-lingua-figura è anche interessante, come contesto-modello allargato, il fatto che l'arte, anche "l'arte di strada", per lo più non voleva intervenire criticamente nella vita politica, mentre qui viene espresso un messaggio critico. Si tratta di un caso relativamente raro di arte impegnata: la cartolina come portatrice di testo per questo è stata p. es. pubblicata per la prima volta verso la fine degli anni '60 da Klaus Staek. Il cartello è come un portatore di testo per questo completamente inusuale: questa strana relazione chiude il "fascino" di questa azione.

5. Conclusione: l'importanza cognitiva dello stile.

Per mezzo degli stili gli interessati realizzano le loro interazioni come un tutto in triplice modo:

1) I tipi di concetto stilistico si riferiscono sistematicamente agli aspetti rilevanti dell'interazione (Sandig 1986), qui sul modello di Sandig (1995) (cfr. fig. 3, pag. 35)

2) Gli stili tipizzati si trovano come vantaggi convenzionali per le elaborazioni socialmente rilevanti delle interazioni rispetto ai loro aspetti disponibili. Anch'essi si riferiscono sistematicamente agli aspetti importanti dell'interazione, che "contestualizzano" (cfr. fig. 4, pag. 37).

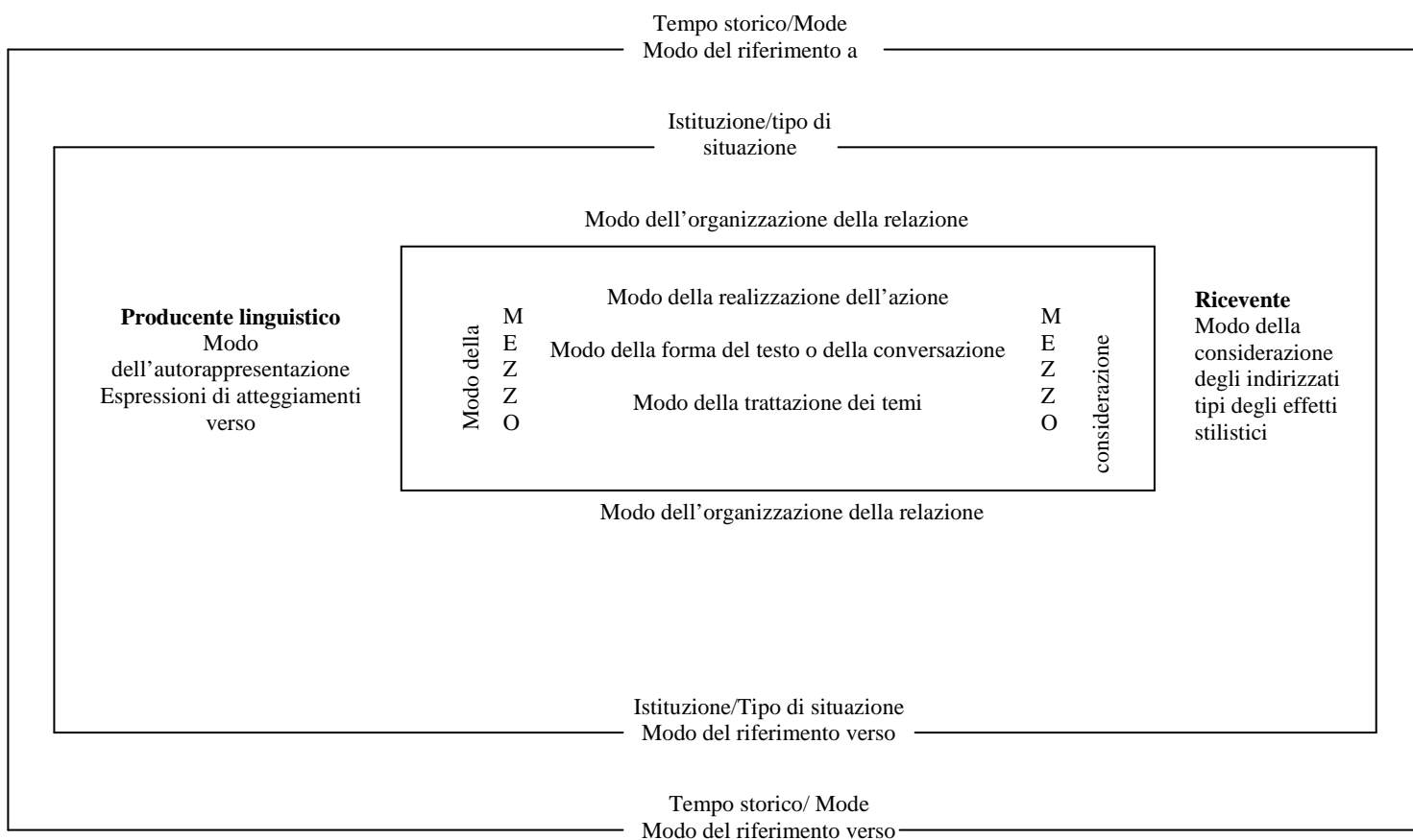


Figura 3

3) *L'uso* di stili tipizzati ma anche di fasci di caratteristiche *in relazione* ai modelli globali dell'interazione corrente con i suoi aspetti facilitati come è dimostrato nella fig. 4 (pag. 37) in modo rilevante l'offerta dell'interpretazione per quanto riguarda il significato stilistico.

Entrambi i riceventi definiscono sulla base dei loro modelli individuali il contesto socialmente acquisito e formato (Van Dijk 1997, 190). "Context models account for many of the intuitive aspects usually associated with (mental) consciousness: Who am I? Where am I? What am I doing? Why,

etc.“ (1997, 214)². I modelli del contesto influiscono nell’interazione tra produttori e riceventi con delle teorie ingenuie della comunicazione o dell’interazione (1997, 203). Nel caso concreto cambiano le attribuzioni dei modelli con il corso della comunicazione o dell’interazione, e i modelli-punti-di-vista generali si possono (rendere) nel caso concreto diversi e importanti:

Self-representations of speakers and their own belief, wishes, purposes, goals and interests, other-representations of similar properties of recipients, social relations, institutional constraints, knowledge genre, (individuelle, B.S.) opinions and (soziale, B.S.) attitudes about decency, privacy, appropriateness, and so on (van Dijk 1997,202f)³.

Dovrebbero essere chiari gli aspetti comunicativi importanti nei rapporti della la ricostruzione qui proposta: con van Dijk (1997) l’accento è da mettere su ciò che questi aspetti presuppongono in modo cognitivo e rilevante per le offerte delle interpretazione del produttore e per l’interpretazione attraverso i riceventi.

² [N.d.T *in inglese nel testo originale*] I modelli di contesto spiegano molti degli aspetti intuitivi generalmente associati con (mentale) coscienza: chi sono? Dove sono? Cosa sto facendo? Perché ecc.

³ [N.d.T *in inglese nel testo originale*] L’autorappresentazione dei parlanti e dei loro propri convinzioni, desideri, intenzioni, obiettivi e interessi, altre rappresentazioni di simili proprietà dei riceventi, relazioni sociali, constraints istituzionali, generi di conoscenza e così via.

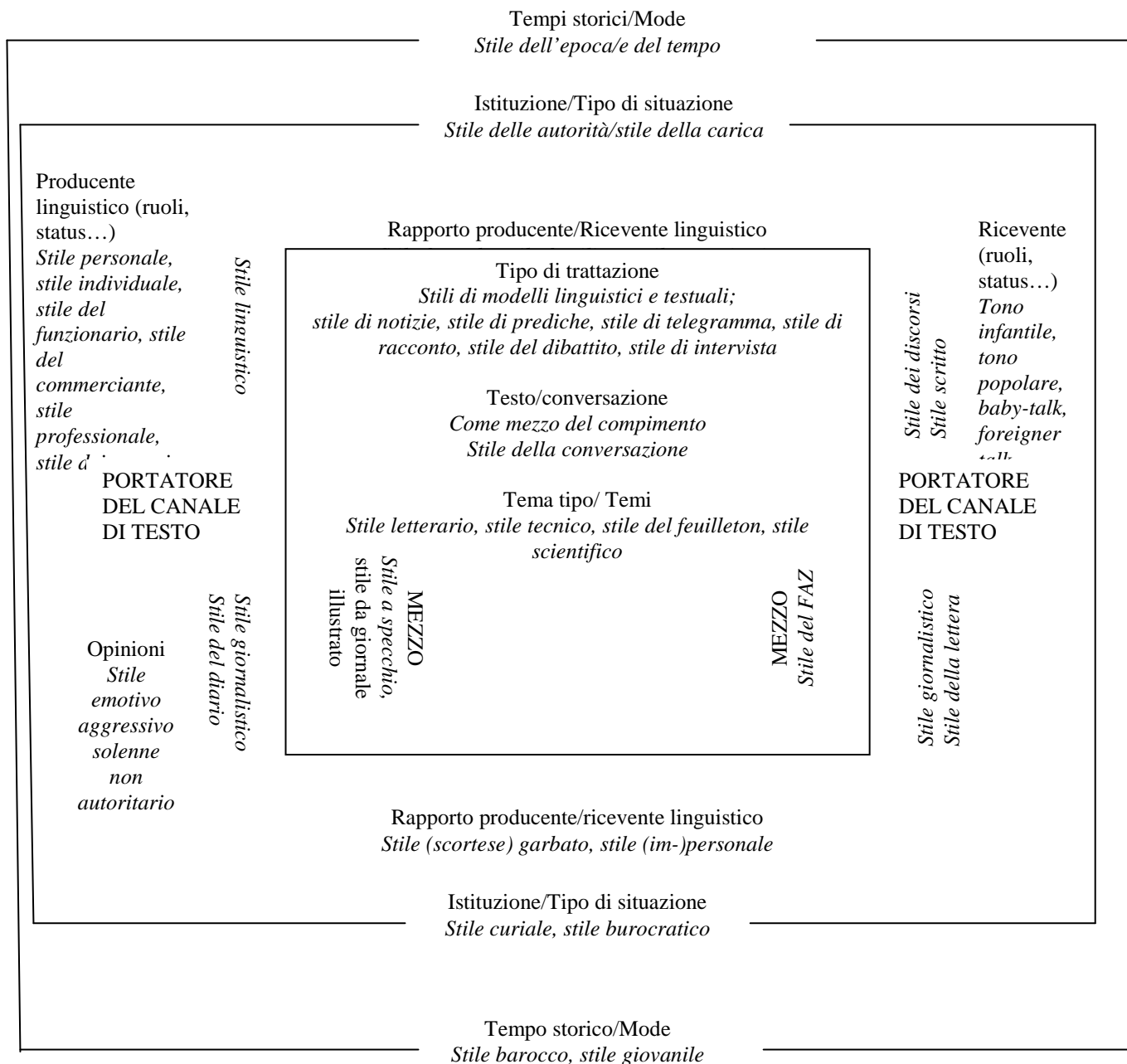


Figura 4

Si può aggiungere: i modelli del contesto si possono interpretare come una totalità che rappresenta i prototipi: essi sono i “punti di riferimento”, cioè “uno stimolo o un modello che gli altri argomenti sono visti o giudicati in ‘relazione con ...’” (Rosch 1983, 74). Dalle parti costitutive generali dei modelli suddetti diventano punti di vista rilevanti di comunicazione e di

interazione anche le configurazioni stabilite come ricche di significato con delle coniazioni specifiche come le totalità rilevati. Già con il termine *frame*⁴ Tannen (1979) riunisce i contesto-modelli (come moviola-frame, esperimento-frame con cavie), i modelli d'azione comunicativi (come i racconti) e i modelli tematici (come i contenuti differenti delle storie) ed essi si riferiscono agli sfondi culturali diversi presso gli americani e i greci. Tutti insieme si ripercuotono stilisticamente e linguisticamente.

L'esempio analizzato mostra che molti di questi modelli messi insieme possono diventare importanti: p. es. la pubblicità come tipo d'azione è un portatore di un testo specifico; la critica aperta ai dati di fatto politici con i loro possibili tipi d'azione è per questo motivo portatore di testo, i mezzi; la città o il totale insediamento con i possibili motivi di denominazione per il nome della strada; arte di strada; eventualmente le conoscenze individuali sull'artista con le forme dell'autoraffigurazione, del riferimento agli indirizzati ...: tipi di atteggiamenti ...; forme pubbliche del rapporto con la storia diventata problematica.

Inoltre, bisogna aggiungere che le situazioni concrete dei modelli del contesto espressi in maniera rilevante, individuale e sociale possono corrispondere al saggio prototipico, ma esso dà gradualmente pochi esempi tipici di situazioni/contesti. Negli esempi analizzati questo riguarda la realizzazione della pubblicità relativa, dell'arte di strada, della relazione con gli aspetti della storia, dei motivi di denominazione per le strade. A questo punto il modello importante (espresso) serve ogni volta per interpretare e valutare le relazioni tra la situazione concreta, la sua organizzazione e i modelli del contesto. In merito a ciò ci sono in gioco due tipi fondamentali di relazioni:

⁴ [N.d.T] Frame = corporatura, ossatura, struttura, montatura, telaio, cornice, intelaiatura, immagine.

- Com'è la situazione d'uscita in relazione al modello del contesto che si può interpretare, come prototipico o come poco tipico, come apparizione marginale? Quale aspettativa suscita?
- Qual è la relazione con questa situazione? Come viene nuovamente elaborato – in relazione con i modelli del contesto rilevanti – attraverso gli interessati?

La coniazione di più elementi dello stile attraverso i dati di fatto della comunicazione/interazione trova così una spiegazione, tanto più che ogni semplice o complessa dichiarazione ha uno stile.

Da ciò se ne ricava che la lingua è sorta dalla percezione e dalla capacità di conoscenza dell'uomo, dalla sua “esperienza individuale e collettiva” (Lakoff 1987, XV), così si arriva alla conclusione:

Meaningful thought and reason essentially concern the nature of the organism doing the thinking – including the nature of its body, its interactions in the environment, its social character, and so on (Lakoff 1987, XVI)⁵

Ciò significa per quanto concerne lo stile: nel modo in cui manifestiamo le arti ogni volta ci poniamo (ossia in relazione a questo) in un ambito generale della nostra interazione. Come produttori valutiamo i dati di fatto: in base alla nostra tipizzazione della situazione/del contesto tramite i modelli e sulla base della relazione con il contesto attuale del nostro modello di contesto: come conforme, come meno conforme o come esempio marginale. Già questo ha un esito per l'interpretazione. In base a questa premessa valutiamo i nostri intenti: come si possono realizzare in relazione con il contesto attuale?

⁵ [N.d.T. in inglese nel testo originale] Il pensiero eloquente e la ragione fondamentalmente concernono la natura dell'organismo nell'atto del pensiero – inclusa la natura del suo corpo, la sua interazione nel suo ambiente, il suo carattere sociale, e così via.

Con questo si possono rendere interessanti, mescolati in chiusura diversi singoli aspetti, come fatti che spiccano in modo rilevante o che sono collegati insieme.

Anche come riceventi abbiamo una *posizione* in un ambiente macchinoso; a questo segue un'interpretazione per valutare il contesto corrente e le attività relative del produttore sulla base di un contesto-modello, ma anche relative alle proprie opinioni, agli atteggiamenti, alle ideologie, ecc. Con questo l'analoga esperienza culturale e il sapere stilistico immaginato si possono comunemente interpretare. Dalle entità del sapere da cui si distingue, l'interpretazione dal fatto pensato è gradualmente diversa (Tolcsvai Nagy 1998 in prefazione).

Alla diretta interazione seguono le interpretazioni delle attività vigenti che corrispondono al quadro delle definizioni artificiali comunque sempre tutte importanti: gli effetti di queste interpretazioni si possono dimostrare metodicamente in base ai tratti della conseguenza degli interessati, cfr. Selting (1997 e in questo volume).

Chi analizza dovrebbe tentare di esaminare gli eventi della comunicazione, da un lato il più possibile completi (questo esempio viene tentato qui), dall'altro rendono visibili anche le prospettive delle parti possibili, p. es. dei riceventi con il loro sapere solido.

Gerd Antos

Il design linguistico come stile?

Lifting oppure: si vedrà il mondo con altri occhi.¹

1. Sguardo retrospettivo.

Quasi come un altro libro, la “stilistica della lingua tedesca” di Barbara Sandig riunisce nella linguistica più moderna lo sviluppo e la posizione di rinascita di questa antica disciplina. Ancora di più: all’inizio questo libro porta la stilistica della lingua a manifestarsi nell’ambito della lingua tedesca. Questo rende già chiara l’esigenza del libro. Esso potrebbe forse essere attaccato allo sfondo della tradizione stilistica: “Questo lavoro è nato dall’idea di portare nel caos della stilistica per una volta un senso e un ordine, di rendere efficace per una volta lo ‘stile camaleonte’, che non sempre muta la sua forma” (Sandig 1986, premessa). Barbara Sandig sposta quest’esigenza in un modo così ricco di sfaccettature ed evidenze, che lo “stile camaleonte” viene concretamente prospettato in tutti i suoi colori variabili. Così, considerate le conseguenze legate a ciò alcuni critici hanno pensato di doversi opporre a un simile eclettismo teorico. Questi critici riconoscono però che questo è – del resto si può appena pensare – un punto di fuga teorico, e offre una posizione teorica, con la quale è descritto il “caos” dello stile: è da Sandig il sempre citato “consolidamento

¹ Ringrazio Stephan Pfänder, Halle, per la critica e per gli importanti stimoli.

etnometodologico” della stilistica: “Con lo stile si prende il modo socialmente notevole (indicativo) della realizzazione dell’azione in una prospettiva” (Sandig 1986, 23). Come ammesso non è molto – comunque non per qualcuno, che non sa iniziare molto bene con l’etnometodologia (e dovrebbero essere molti gli studiosi di stilistica della tradizione). Tuttavia, si potrà esaminare quello che è stato detto sullo status teorico. Così certamente la Sandig concede una “teorizzazione della stilistica”, ma allo stesso modo aggiunge:

in questo modo non si può raggiungere un giudizio teorico, ma l’etnometodologia come fondamento deve contrastare proprio un pensiero, mentre i criteri sono messi all’esterno della teoria (Sandig 1986, 16).

Ma chi mette alla base l’etnometodologia come punto di fuga teorico di una stilistica, cioè come prospettiva di uno stile, ha due problemi:

(1) L’etnometodologia – almeno nella sua stessa immagine di un tempo – non intende se stessa come teoria. Questa sua immagine assolutamente da sostenere (Hausendorf 1992) si basa, infatti, su chiare differenze che riguardano le interpretazioni classiche della teoria: a ciò appartiene

- il ritiro della scissione cartesiana soggetto-oggetto (Sandig 1986);
- la costituzione della stilistica della lingua come “procedimento di ricerca empirica” (cfr. Hausendorf 1992) e collegato a questo concetto
- la priorità dei dati in questo procedimento nei confronti dei vantaggi teorici.

(2) Il secondo problema è oneroso: l’analisi della conversazione etnometodologica è concettualizzata sul processo (locale) interattivo. Essa parte dalla domanda, come riescono gli interagenti a portare una *successione ordinata* nella loro interazione. Ciò da una parte concerne il “management locale della conversazione” (p. es. il cambio di interlocutore, le riparazioni, i commenti delle attività interattive ecc.). Ma anche con la

produzione generale di attività linguistiche globali (come alcune spiegazioni dei temi) si tratta – come con il management locale – del problema di “produrre condizioni di collegamento per le possibilità interattive di proseguimento” (Hausendorf 1992). Anche questo allude a una “produzione di un ordine interattivo” come parte della produzione di un “senso” e della “costruzione sociale della realtà”. Con quest’accentuazione del ruolo del compimento delle azioni comuni la tesi è alla fine una conseguenza di ciò che è reale per gli agenti, cosa si spiega come reale con le loro reciproche attività di dialogo (Antos 1999). In breve: soltanto in un’altra disciplina è stato evidenziato nel contesto dell’organizzazione del compimento il significato della creazione così come nell’analisi della conversazione coniata in modo etnometodologico.

Sebbene siano state generalizzate le premesse metodologiche sembrano esserci dei limiti ben precisi: mentre può essere messo abbastanza in dubbio il fatto che con le attività della partecipazione viene stabilito l’ordine interattivo, il senso o la realtà sociale, questo sembra essere appena incerto se si considerano le forme di comunicazione scritta. In generale può essere “modellato” qualcosa nella comunicazione scritta, ciò che è conforme alle premesse teoriche dell’analisi nella conversazione etnometodologica – e se sì, che cosa? L’idea etnometodologica di un’organizzazione del compimento nell’insieme non è in contraddizione con il concetto di stile, deve terminare nel dominio dello scritto dei fasci di “invariante stilistiche” più o meno convenzionalizzate? (cfr. Hinnenkamp/Selting 1989, Antos 1986, 65).

2. Presentazione.

Sulla base di questa posizione metodologica del problema deve essere – riallacciandosi all'impostazione dello stile di Sandig – segnalato che determinate attività e risultati per la formazione dei testi sono stilisticamente interessanti – e certamente per lo meno tali che in seguito possono essere mostrati come “design linguistico”. Perseguito concretamente tre scopi:

1) In base a tre esempi (un “telefono cellulare”, un annuncio pubblicitario e un depliant illustrativo di un ambulatorio di chirurgia plastica) deve essere dimostrato che la contestualizzazione transsemiotica (p. es. un “testo sulla mercanzia” v. s.) e multisemiotica (p. es. il rapporto del testo con la figura) così come naturalmente il layout di un testo sono gli elementi centrali di un'organizzazione d'esecuzione nel mezzo scritto. Gli aspetti predetti non forniscono un contributo senza significato sia per quanto riguarda il design del testo che per quello trasmesso oltre: per la coniazione stilistica di un testo. – Con questo obiettivo mi collego un po' alle presentazioni dello stile di Auer (1986 e 1989) improntate sull'analisi della conversazione e, allo stesso modo, alla prova per stabilire un significato complesso del testo basato sulla semiotica. (Fix 2001).

2) Con questo mi limito a un aspetto finora ancora ignorato sia della stilistica che della linguistica del testo: il “design della lingua” (cfr. Rothkegel 2001). Un settore dominante della messa in atto nella scrittura riguarda, infatti, l'organizzazione del testo e la contestualizzazione di un testo nel suo ambiente. Se si tematizza soprattutto nella stilistica o nella linguistica del testo, allora si marginalizza il ruolo dell'organizzazione del testo tanto dalla produzione quanto dalla ricezione: diversamente nella vita quotidiana è palese nelle discipline linguistiche la remota opinione che l'organizzazione del testo – iniziando dal layout – non possa fornire un contributo importante per comprendere un testo, né per “produrre il

significato” e ne per “costruire socialmente la realtà”. Questo risulta da una doppia riduzione: dalla prima si visto attraverso l’organizzazione del testo solo un’organizzazione tipografica (specialmente il layout). Dalla seconda il significato dell’organizzazione del testo si riduce solo a una funzione estetica. D’altronde si deve dimostrato che “l’organizzazione della lingua”, cioè il “design linguistico”, rappresenta un importante contributo non solo per il messaggio stilistico, ma anche per la recezione di un testo.

3) In base ai due predetti esempi di materiale deve essere chiarito il rapporto del “design linguistico” e dello stile. Lo scopo di tale contributo è quello di dimostrare che la produzione e la ricezione dell’organizzazione del testo può essere da una parte “impresa di stile”, ma dall’altra parte eccede l’usuale trascrizione stilistica. In altre parole: il design stilistico genera, sedimenta e modifica anche gli stili come invarianti individuali fino alle forme di organizzazione culturalmente maturate (cfr. Storrer 2001). Detto in modo più chiaro: l’organizzazione semiotica e mediale della lingua è un generatore per lo sviluppo e il cambiamento degli stili. Il design linguistico non è identico allo stile, ma certamente può essere richiesto come categoria di fondazione per specifici stili.

Inoltre, con questo contributo la tesi deve essere rappresentata dai cambiamenti delle convenzioni storiche delle forme di design del testo che non hanno come conseguenza soltanto i cambiamenti stilistici, ma anche quelli tipici del tempo negli atteggiamenti della produzione e della ricezione dei testi. Espresso in modo più arguto: non solo l’esistenza di nuovi mezzi o di tecnologie di comunicazione, ma i cambiamenti stilistici (in senso allusivo) portano il nostro “pensiero” a dei cambiamenti! Questa tesi si trova in parziale contrapposizione con la tesi che cambiano i nuovi mezzi o le tecnologie di comunicazione della nostra lingua e del nostro pensiero (Schmitz 1995). Non solo le nuove tecnologie d’informazione e i mezzi fini a se stessi possono cambiare la nostra lingua e il nostro pensiero, ma intere

innovazioni di organizzazione nel dominio del design linguistico (prototipica per quanto riguarda la stampa di libri nei rapporti rivoluzionati e accelerati dei testi, cfr. Illich 1991, Raible 1997) come altrettanto gli stili fissati (qualcosa nel nuovo mezzo, cfr. Schmitz 1997, Storrer 2001) fanno questo. L'origine e lo sviluppo della cultura scritta porta, attraverso un cambiamento degli stili, alla conseguenza che si è aggiunta come di consueto al mezzo "scritto" (Goody 1997). Questa corrispondenza vale per formare e convenzionalizzare nuovi stili di produzione e per ricevere la stampa e le sue conseguenze per la lingua (p. es. la "sintassi per gli occhi", cfr. Giesecke 1992) e per la tradizione "borghese" che si sviluppano da ciò, per osservare i testi come forma costitutiva del sapere (Antos 1997)².

3. Le funzioni del design linguistico.

Una specie di "design linguistico" non sembra avere alcun ruolo pratico nella linguistica. Nell'ambito delle prove orali si è sviluppata in Germania una disciplina – con ciò toccata – particolare: la scienza della *parola* (Gutenberg 1998). Ma anche nell'ambito della scrittura la riflessione del design linguistico prolunga un'esistenza oscura. Questo ha una serie di fondamenti. Ma mi sembra sia importante che al design linguistico venga in sostanza riconosciuta solo una *funzione estetica*. Le seguenti indicazioni devono altrimenti qui proporre altre funzioni della lingua, che questo modo di considerare sbaglia per difetto: il design del testo. In seguito vorrei spiegare brevemente *la funzione epistemica, motivazionale, sinottica e quella che ricontestualizza*:

² Come mostra Illich, già la rivoluzione medievale dell'organizzazione del testo porta oltre al cambiamento della produzione, la ricezione così come per l'organizzazione del testo che ne dipende a ogni "rivoluzione in testa" (Illich 1991, 126), che viene descritta erroneamente dalla stampa più tarda.

Nel suo libro *“Im Weinberg des Textes. Als das Schriftbild der Moderne entstand”* Illich (1991) ha riprodotto in maniera plastica la formazione del moderno significato del testo nella scolastica. Egli mostra come si modifica anche la nozione di testo con un cambiamento rivoluzionario del layout. Nei tempi dello *scripto continua* fino al VII sec i testi venivano scritti di regola nel modo in cui si parlava (o si leggeva ad alta voce), - infatti, p. es. senza intervallo tra le parole o con l’interpunzione (Raible 1991). Dietro a ciò c’era un concetto d’equivalenza tra discorso e scrittura. Nell’era scolastica cresce il bisogno di rendere visibile la struttura e il riflesso dell’organizzazione interna di un testo. Raible riunisce le innovazioni nel significato del testo dall’anno 1200 nel seguente modo:

Adesso ci sono i titoli, i riassunti, i titoli di colonna vivaci, i contrassegni dei passi dell’argomentazione sotto forma di piccoli riassunti, le note a piè di pagina che arricchiscono gli usi di colori differenti. Il lettore può così riconoscere in ogni tipo di testo articolato gerarchicamente in quale parte del tutto si trova esattamente. Egli inizia di nuovo con la lettura e si può informare in un sommario particolareggiato (Raible 1991, 10).

Non viene più perseguita l’equivalenza a livello del suono, ma a una veloce ricezione l’organizzazione applicata al testo varia anche il significato del testo abituale (cfr. Raible 1997).

Ivan Illich richiama l’attenzione ancora su un secondo aspetto, sull’emancipazione del testo del “libro”, in altre parole la Bibbia:

Dalla partitura per il povero Murmler il testo viene costruito in modo conforme e ottico per il pensiero logico. Secondo quest’immutabilità la nuova forma della lettura legata al libro diventa una metafora predominante per la forma più alta dell’agire sociale (Illich 1991, 8).

Per raggiungere l'ottimizzazione più raffinata dell'organizzazione del testo attraverso la stampa, il testo diventa nel corso dell'ultimo secolo il portatore preferito del sapere: "Il testo come oggetto si trova adesso al posto del libro, nel quale vengono raccolti e rispecchiati i pensieri" (Illich 1991, 127). Un ruolo determinante lo ha il processo per rappresentare i testi come ideogrammi (Raible 1997)³. Ne dipende che il "testo di riferimento per il libro" può diventare il paradigma centrale e moderno per costituire e rappresentare il sapere (cfr. Antos 1997).

Risultato finale: guardando al processo di formazione di una moderna comprensione del testo ha un ruolo centrale l'organizzazione del testo e quindi il "design linguistico". Il ruolo del design del testo esce, inoltre, dalla funzione *estetica* che normalmente si unisce alla tipografia e al layout di un testo. Un motivo decisivo: al design del testo e qui in particolare all'organizzazione del testo può essere anche ascritta una funzione epistemica. Essa abbraccia, tra le altre cose, la visualizzazione dell'architettura del sapere di un testo, come può essere manifestata nei titoli, nella struttura della costruzione, della tipografia del layout ecc.

Accanto alla funzione *estetica* e a quella *epistemica* del design del testo un ruolo centrale lo ha la funzione *motivazionale* del design testuale. Compito del design del testo sotto questo aspetto è quello di portare lo sguardo sul testo, di agevolare la lettura attraverso una tipografia adeguata, di portare con il rilievo la focalizzazione alla lettura e alla comprensione e

³Con Raible, all'organizzazione del testo viene perfino assegnata la funzione di una "teoria del testo avant la lettre": "Noi riconosciamo che qui si è preparata da lungo tempo una teoria del testo. Essa trae la sua origine nel layout di testi della scolastica, dove già si riflette la presenza del testo scritto ininterrottamente, stampato con il mezzo ideografico, cioè *l'ordinatio* del testo. Allo stesso modo essa proviene dalla rappresentazione bidimensionale ancora improntata localmente dal tipo *dell'arbor porphyriana* di Petrus Hispanus. Entrambi i modi di rappresentare sono combinati e costituiscono un tipo di ideogramma per un intero testo. Da questo processo di sviluppo verrebbe fuori la concezione della memoria locale già attraverso la combinazione del principio dell'*ordinatio* del testo, [...] una rappresentazione diversamente somigliante, vale a dire razionalistica della memoria. Questa è una tappa importante per arrivare alla moderna teoria del testo" (Raible 1994, 39f).

di incatenare il lettore al testo, in breve: di produrre attenzione per la lettura e di dominare il lettore con il leggere.

Inoltre con i nuovi tipi di testo sembra avere un senso vedere altre due funzioni per l'organizzazione del testo. Dovrei menzionare le funzioni *sinottiche* e di *ricontestualizzazione*. Il primo riferimento alla funzione sinottica: nei nuovi mass-media escono testi sempre più come “testi-puzzle” (Püschel 1997) cioè – p. es. sulle pagine dei quotidiani – come “testi-cluster” (Bucher 1996). Dunque diventano contemporaneamente evidenti a prima vista molti testi o rapporti del testo con l'immagine. Questo lo vorrei denominare funzione *sinottica* del design del testo. Perciò gli esempi si possono trovare già nei glossari medioevali. Ma già nei nuovi mass-media – alla televisione come nelle pagine internet (Schmitz 1997, Storrer 2001) – questa funzione giunge giustamente ad una spiegazione. Alla differenza fondamentale della funzione sinottica sono legati i vincoli specifici (constraints) per la lunghezza e l'organizzazione del testo. In base alle pagine dei giornali Bucher distingue (1996) tre forme centrali di segmentazione per il nuovo design testuale, cioè la segmentazione tematica, funzionale e prospettiva. Attraverso un'adeguata organizzazione del testo un tema può essere “risolto” quasi come un resoconto di un incidente in diversi articoli che segmentano e “dividono” il tema in diverse prospettive (e tra gli usi dei diversi tipi di testo). Sembra che con la diffusione delle forme del design testuale aumenta l'informazione (gruppo, diagrammi, grafici, ipertesti, ecc., cfr. Storrer 2001) e non aumenta solo l'effetto della funzione sinottica. Anzi qui si delinea una separazione dal paradigma del “testo relativo al libro”.

La funzione di ricontestualizzare i testi si può illustrare in modo evidente come “testi sulla merce” (Antos 2000). Questo mostra tra l'altro le lettere d'amore da “Jacobs Krönung”, testi di “poesie della natura” sullo shampoo “Timotei” o il collagene naturale sul giornale scientifico “Galileo” sul retro dei “Crunchy Nut” della Kellog's. La particolarità di questi testi è

che si staccano da contesti abituali e si collocano in nuovi ambiti e sono quindi “ricontestualizzati”. Con questo si può avere un cambiamento comprensibile della funzione, come quello che è conosciuto dalle forme di rimando intertestuali (parodie, anti-proverbi, cfr. Jakobs 1999). Ciò vale soprattutto per i nuovi contesti “transemiotici”, che vengono soprattutto scoperti in una società come portatori di segni (accanto agli antichi graffiti, la pubblicità e le sentenze sugli abiti e gli autoadesivi, cfr. Blühdorn 1995).

I testi sulle merci sono un altro esempio per una tale contestualizzazione transemiotica dei testi. Sembrano avere nello stesso tempo la tendenza a trasformare gli artefatti (qui: le merci) in segni. Questi con i passaggi collegati tra i testi e i loro “portatori” risultano tra le altre cose dall’economizzazione di altri settori di vita: una quantità crescente degli odierni testi non viene stampata solo sulle merci, sono piuttosto le stesse merci (p. es. i libri, i giornali, ecc.) a trovare uno specifico cambiamento nei loro confronti (i servizi, i manuali di servizio, le indicazioni giuridiche). Questa tendenza si dimostra anche dall’economizzazione che si vede nei mezzi d’informazione con la pubblicità alla televisione o con internet.

Senza la pretesa di arrivare alla completezza, le funzioni qui menzionate dimostrano che l’organizzazione dei testi nel senso del design testuale non viene troppo trascurato sia da parte del produttore di testo sia anche da parte del ricevente. Questo porta la domanda a una più vicina destinazione che qui viene chiamata “design del testo”.

4. Che cosa significa “design del testo”?

4.1 L'impostazione teorica del design di Bonsiepe.

Bonsiepe (1997) ha cercato di trattare in una conferenza dal titolo “Design – the blind spot of theory or [...] Theory – the blind spot of design” il difficile rapporto scambievole tra scienza e design come punto di partenza di un specie di ponte orientato teoricamente. Il punto di partenza della sua riflessione è il seguente “non-rapporto” tra linguistica e tipografia (questo viene esteso a un altro punto ma anche a una retorica visuale e verbale, cfr. Bonsiepe 1996, 85ss.):

E' sorprendente che nella regola della tipografia venga data poca attenzione alle scienze linguistiche. Evidentemente lo scritto e la tipografia che ne segue vengono compresi solo come un doppio della parola visibile e secondario. Quindi, la tipografia deve, considerandola sempre, apparire come un contenitore passivo, come una trasposizione della parola in un mezzo visivo.

A differenza di questa indifferenza nei confronti di un campo centrale della lingua viene qui fatta la proposta di prendere la tipografia e l'organizzazione tipografica come elemento costitutivo del testo e della sua interpretazione (Bonsiepe 1996, 80).

La motivazione di Bonsiepe per la sua proposta parte dalla seguente premessa:

L'organizzazione grafica è da intendere sostanzialmente più di un servizio occasionale e quindi come una categoria centrale della lingua [...]. Quando la lingua rende riconoscibile la realtà, allora la tipografia da parte sua rende percettibile la lingua come testo che è anche costitutivo per la comprensione (Bonsiepe 1996).

Su questa base Bonsiepe cerca di dare una definizione teorica del design a una connessione tra le relative “macchie cieche” di un punto di partenza. Egli per di più ricorre alla distinzione heideggeriana di “presente” (“present-at-hand”) e “a portata di mano” (“ready-to-hand”) e determina il dominio del design come rapporto di trasformazione tra i due:

Design is the domain of transforming present-at-hand into ready-at-hand. The notion of ready-to-hand is constitutive of design – and in this central aspect it differs from both art and sciences, constituting a domain of its own right. Borrowing a notion from computer sciences, I call this domain “interface”. I interpret design as interface design, that is: a domain where the interaction between users and artifacts is structured, both instrumental physical artifacts in form of products and semiotic artifacts in form of signs. Admittedly, each instrumental value is the core for effective action. Interface is the central concern of design activities (Bonsiepe 1997, 2)⁴.

Adesso non è certamente cosa da tutti accettare come fondamento d’illustrazione proprio il concetto di Heidegger. Il sospetto è che Heidegger stesso sia bisognoso di spiegazioni, - solo già alla base del suo gesto etimologizzante e del suo ductus linguistico – non è da respingere. Non di meno vale la pena di seguire le connessioni di questa distinzione: senza voler entrare in una esegesi essere-tempo dettagliata (Heidegger 1986, 66ss.) sembra essere innanzi tutto un buon punto di partenza la categoria delle “cose” (Heidegger 1986, 68s.): Stanley Kubrik ha trasformato metaforicamente e in modo prototipico questo concetto nel suo film “2001,

⁴ [N.d.T. in inglese nel testo originale] Il design è il dominio del trasformare il present-at-hand in ready-at-hand. La nozione di ready-at-hand è costitutiva del design – e in questo aspetto centrale esso differisce sia dall’arte sia dalla scienza costituendo un dominio del suo proprio diritto. Il prendere a prestito una nozione dalle scienze del computer, lo chiamo “interfaccia”. Interpreto il design come design interfacciale, cioè: un dominio dove l’interazione è strutturata tra gli utenti e gli artefatti, sia gli artefatti strumentali e fisici in forma di prodotti e gli artefatti semiotici in forma di segni. Per ammissione, ogni artefatto strumentale ha anche una sfaccettatura semiotica, ma non di meno il valore strumentale è il nucleo per l’azione effettiva. L’interfaccia è il rapporto centrale delle attività del design.

odissea nello spazio". Una delle nostre priorità scopre nella mischia che si può utilizzare una delle molte ossa sparse *come* un'arma (come delle "cose"). Le ossa (o le pietre) erano già "pronte"; come armi (o come un martello), in altre parole come delle "cose", vengono prima "a portata di mano", quando si riconosce il loro carattere "per". Questo vale anche per le opere da creare come qualche testo:

L'opera prodotta come il *perché* del martello, della pialla, dello spillo ha dalla sua parte il modo di essere delle cose. La scarpa prodotta è da portare (materia per le scarpe), l'orologio è costruito per rilevare il tempo. L'opera vista distintamente nei rapporti trattati – che si trova nel lavoro – può incontrare già nella sua utilità fondamentale attinente il *perché della sua utilità*. L'opera nominata ha dalla sua parte solo la base del suo utilizzo e della connessione di rimando scoperta in ciò da ciò che esiste (Heidegger 1986, 70).

A trasmettere una lingua si può dedurre il seguente parallelismo: la "lingua" ci è "data" come "langue" o come "competenza linguistica" dopo l'acquisizione linguistica mirata e dopo quella scolastica allo stesso tempo controllata. Dal modo di questo "esserci" rendiamo diversa la lingua con il parlare e lo scrivere "bene" o funzionale e adeguato come le cose "a portata di mano". Com'è riconoscibile, la distinzione di Heidegger è una dicotomia corrente possibile nella linguistica tra *langue* e *parole*, tra *competenza* e *performance* o tra *tipo* e *token* (cioè tipo e gerarchia). Una volta si trascurava la motivazione ontologica della priorità del "a portata di mano" di fronte al "presente" (cfr. Heidegger 1986, 71 e segg), poi abbiamo a che fare per Heidegger con una distinzione che può essere descritta e riferita alla lingua in un primo passo come differenza di *capacità* (*competenza linguistica*) e *abilità* linguistica.

L'"interfaccia" tra la capacità linguistica da una parte e o meglio le abilità linguistiche e di scrittura dall'altra è tradizionalmente l'oggetto della retorica, della stilistica e recentemente dello studio ortografico e

naturalmente della grafemica/tipografia. Dal punto di vista dell'accento influenzato da Bonsiepe si tratta nella disciplina nominata della domanda su come noi possiamo produrre in un processo di creazione (orale o scritto) dalla nostra lingua biologicamente e socialmente “presente” prodotti verbali, che poi sono “a portata di mano” per le funzioni concrete. Per quanto riguarda questa definizione, adesso, si può stabilire un collegamento diretto con l'agire stilistico, come lo descrive la Sandig considerando l'accento ispirato etimologicamente e da lei perseguito:

L'informazione sulla situazione, sull'atteggiamento e inoltre l'aspetto della motivazione si fanno strada fino alle realizzazioni dell'azione, esse si dimostrano in queste. Per questa ragione l'azione viene toccata dalla concreta situazione nell'esecuzione e nella realizzazione (Sandig 1986, 44).

Da tutte le problematiche esegetiche e ordinate non sembra essere completamente errato, secondo Bonsiepe, interpretare il design come dominio che può essere colmato allo stesso tempo tramite le attività per l'organizzazione del compimento. La presente lingua ha già certamente il carattere dei segni. Ma prima nel processo dell'organizzazione linguistica e stilistica del discorso o dello “scritto” sorge una nuova e genuina opera di segni, che – se è un testo – ha sempre anche un lato visivo relativo alla percezione. Come Bonsiepe può mostrare nel suo libro *“interfaccia, comprendere nuovamente il design”* (1996), la retorica visiva collegata con il design ha influito sulla nostra ricezione del testo e sulla formazione della comprensione.

4.2. Digressione: la funzione organizzativa della lingua.

Se si intende il design come dominio della forma (linguistica) del materiale presente nei segni a portata di mano, allora linguisticamente sembra avere una conseguenza sorprendente. Detto in maniera più forte: creare comunicando con la presente lingua “lingua”, cioè i saggi linguistici o i testi scritti! Lo scopo di queste attività è rivolto anche principalmente alla lingua sotto forma di discorsi o degli stessi testi! Ciò, naturalmente, non esclude che queste attività siano rivolte all’organizzazione al di fuori di determinate funzioni, scopi, effetti ecc. Per questo naturalmente appartiene alle prospettive semiotiche in primo luogo ciò che Karl Bühler ha manifestato in maniera sommaria come *funzione rappresentativa*. Qui la lingua viene interpretata come un mezzo, uno strumento semiotico per rappresentare un “mondo” che si trova al di fuori della lingua.

Le sfere della “lingua” e del “mondo” non sono più così chiaramente suddivise in una teoria dell’atto linguistico. Nella famosa formula di Austin: “mentre dico qualcosa, faccio qualcosa”, viene rappresentata con la lingua un’azione non facile, ma essa viene effettuata nell’atto illocutorio linguisticamente *autoriflessivo*. Abbiamo a che fare con un’azione produttrice orientata stilisticamente (retoricamente) così come con dei “design” tipografici della lingua e infine con azioni *autoreferenziali* di un tipo particolare: se io parlo in modo professorale o in modo pastorale o scrivo in modo tecnico, allora i miei prodotti linguistici rimandano a prodotti paragonabili (o si allontanano da ciò) in modo stilistico (ma anche sotto l’aspetto medial-tipografico). Naturalmente, i miei prodotti linguistici ricevono il loro significato dal ricorso sia a modelli lessicali e semantici che sintattici, a modelli del testo, ecc. Ma allo stesso tempo è anche legato a un’organizzazione specifica del completamento linguistico, sempre a una relazione autoreferenziale di un contesto diretto e di un altro sulle manifestazioni già conosciute al di fuori dell’ambito dell’organizzazione

corrispondente. Entrambi gli aspetti del riferimento autoreferenziale possono essere intesi nel senso dell'analisi della conversazione etnometodologica come produzione dell'ordine "senso" e della realtà sociale.

Ricordiamo: con la lingua possiamo produrre in primo luogo dei "mondi" ("funzione di rappresentazione"). Possiamo completare ulteriormente con la lingua le azioni (linguistiche) ("funzione dell'azione"). Ma possiamo anche formare con la lingua una "lingua" ("funzione di creazione"). Questo si riferisce sia agli aspetti della sfera della formulazione (Antos 1982) sia all'organizzazione stilistica e retorica, all'architettura del discorso e dello scritto, ecc., ma proprio fin qui è la forma ampia, dissolta, linguistica e visiva del prodotto linguistico.

4.3. Il design linguistico come sfera della visibilità della lingua.

Sullo sfondo teorico schizzato sembra sensato considerare il *design linguistico* come un aspetto parziale dell'organizzazione linguistica – ossia come un dominio, che si riferisce in modo specifico ai mass-media o alla "collocazione" linguistica (che qui non può essere perseguito oltre, cfr. Gutenberg 1998)⁵ o alla visualità. In seguito si deve mettere in primo piano tuttavia solo la *visualità della lingua* – in conformità al motto ampliato di Bonsiepe: "Se la lingua rende riconoscibile la realtà, allora da parte sua il design rende visibile la lingua come testo". L'accento della "percettibilità" unito a ciò come una delle categorie centrali della comprensione oggi si trova nell'era del "giro illustrato" nella vita di tutti i giorni e in parte nelle scienze appena più sorprendenti. Qui ci sono rimanenze in seguito a una

⁵ Che oltre alla visibilità del prodotto e recezione dei testi anche l'"ascoltare" nella comunicazione orale rappresenta le forme di percezione di volta in volta uniche, Scollon/Scollon (1995) rendono chiare quelle forme che si riferiscono agli aspetti multimodali e multisensoriali della "comunicazione somatica" (sul ruolo del "design" del "corpo-lingua" cfr. Kühn 1999).

direzione analitica della conversazione, che mette in risalto la rilevanza di percepire e quindi anche l'importanza di percepire attività semiotiche (Hausendorf 1992, Antos 1999). La reciproca percezione del tipo (*ich sehe/höre, was du siehst/hörst, was ich sehe/höre*, ecc.) sembra essere fondamentale per produrre il “senso” e la realtà comune (sociale). In ogni caso offre p. es. grazie a una scrittura o tipografia indivisa, un layout ecc., un orientamento fondato in modo semiotico, una coerenza interna ed esterna al testo e con ciò anche un ordine basato sul design.

Il ruolo della visualità dei testi dovrebbe rimanere ridotto però non solo in ambito tipografico, ma dovrebbe cogliere tutti gli aspetti del design, che vengono spiegati nel terzo capitolo sulle funzioni del design. È necessario anche l'ambiente del testo sia multisemiotico che transsemiotico, in special modo i testi vicini, i grafici e le figure da una parte ovvero i portatori di segni comuni (come p. es. le merci) dall'altra. Ulteriormente – Raible ha mostrato come esempi storici – la visualità della lingua sotto forma di testi presenta l'importante contributo di rendere visibile l'architettura di un sapere complesso nel testo. Con l'“organizzazione” architettonica del sapere – non alla fine tra l'inclusione di mezzi del design – sale in questo tanto il grado dell'“ordine” di questo sapere quanto – collegato a questo – il grado di complessità del sapere organizzato testualmente (Antos 1997). Tale equivalenza strutturale può essere usata per sostenere la tesi secondo la quale non possono cambiare le tecnologie di comunicazione o i mezzi in sé, ma le forme di organizzazione e/o le attività di ricezione della lingua e infine anche il nostro pensiero.

5. Analisi di due esempi.

Per concludere, su questa base teorica deve essere spiegato il ruolo del design linguistico dall'organizzazione dei testi con due esempi e quindi deve essere fissata da qualcosa di più vicino la relazione tra il design linguistico e lo stile:

5.1. La struttura del testo-figura argomentativo attraverso il design (linguistico).

Il primo esempio (fig. 1 in appendice) deve mostrare come possa essere “designata” un’argomentazione attraverso la struttura del testo-figura. La base, a questo punto, è costituita da un annuncio pubblicitario della *Ericsson* pubblicato in una rivista illustrata per un telefono cellulare di questa marca. Esso è una disposizione che è costituita da tre elementi differenti visivi e distinti: 1) i “caratteri cubitali”; 2) una figura o una fotografia e 3) un piccolo testo stampato illustrato. Interessante per il ruolo del design e, nello stesso tempo, per uno di questi domini comprendenti la stilistica è la relazione specifica tra i “caratteri cubitali” e la figura. Il “titolo” sussiste, infatti, di una forma sintattica che potrà essere contrassegnata o come “non grammaticale” o come “divergente” della lingua scritta:

(1) So klein, Sie werden die Welt mit anderen Augen sehen.

(Così piccolo che vedrete il mondo con altri occhi)

In primo luogo questo titolo diventa comprensibile se lo si collega alla figura o alla fotografia messa sotto: la figura è formata da due oggetti disposti parallelamente che sembrano non avere nulla a che fare l’uno con

l'altro. In primo piano, infatti, si vede un rossetto accanto a un telefono cellulare. Se mettiamo in conto le attuali abitudini di ricezione, allora è chiaro il messaggio di questa figura: un telefono cellulare è così piccolo (può essere così piccolo) come un rossetto. A causa della proporzione è la figura o la fotografia la cosiddetta attrazione; e viene anche percepita e interpretata in questo modo.

Ci si domanda perché il predetto messaggio può essere recepito come semplicemente schizzato. Questo, sebbene noi qui abbiamo a che fare da una parte con una doppia "barriera" (1 il testo-figura e 2 nella fotografia: una compresenza di due oggetti raffigurati), dall'altra abbiamo a che fare con una frase presentata in modo anomalo. Per quanto riguarda la fotografia, la compresenza fisica del rossetto e del telefono cellulare si può indicare come una facile contiguità della psicologia della forma: noi abbiamo un sapere implicito sulla grandezza di un rossetto, al contrario la grandezza di un telefono cellulare è in continuo cambiamento secondo le fasi dello sviluppo tecnico della miniaturizzazione. La compresenza può essere anche capita come un paragone delle grandezze di tutti e due gli oggetti.

Questa focalizzazione viene sostenuta solo con il titolo citato, che con il "così piccolo" lega l'interpretazione della fotografia alla qualità dell'oggetto per *grandezza o dimensioni*. Ma è interessante la "frase" contrassegnata sintatticamente. Si tenta di isolare questa frase e di prenderla nel suo ambito semiotico, quindi accade la stessa interpretazione piena di significato anche nel difficile caso in cui si cambia o si completa questa struttura linguistica moderata:

(2) Sie werden die Welt mit andere Augen sehen, (und, aber, weil) so klein. So klein wie X (ein Lippenstift), sie werden die Welt mit anderen Augen sehen. X ist so klein, Sie werden die Welt mit andere Augen sehen.

Vedrete il mondo con altri occhi, (e, ma, perché) così piccolo. Così piccolo come x (un rossetto), vedrete il mondo con altri occhi. X è così piccolo, vedrete il mondo con occhi diversi.

Secondo le norme della lingua scritta questo “periodo” è sgrammaticato. Considerata superficialmente la frase del tipo “Schön, Sie wieder zu sehen” sembra essere paragonabile alla struttura FRASE PRINCIPALE + FRASE SECONDARIA (“Es ist schön, Sie wieder zu sehen”). Tuttavia ciò chiaramente inganna. Allo stesso modo un’interpretazione ellittica non cambia l’opacità della riga, poiché si capisce attraverso l’ellisse la struttura sintattica, che può essere resa con elementi integranti (situativi, ecc.) in una frase ben fatta. Cosa si deve aggiungere a questo esempio perché si realizzi un periodo grammaticalmente corretto? Si esclude anche una struttura sintattica ELLISSE + FRASE.

Sembra diverso quando si comprende questa struttura tra gli aspetti dei cambiamenti linguistici come una struttura orale spontanea. Questa struttura ricorda, infatti, la struttura consecutiva del modo:

(3) (Das Handy ist) so klein, (dass) Sie (werden) die Welt mit anderen Augen sehen (werden).

(Il telefono cellulare è) così piccolo, (che) voi potrete vedere il mondo con altri occhi.

Indipendentemente dallo status sintattico molto parla a favore del fatto che qui abbiamo a che fare con un’argomentazione ridotta del seguente modo (per che cosa deve anche essere impiegato il piccolo testo stampato sotto la figura):

(4) Das neue Handy von Ericsson ist so klein wie ein Lippstift. Es setzt damit neue Maßstäbe. Wenn Sie also Handys von Ericsson (be)nutzen, werden Sie die Welt mit andere Augen sehen lernen.

Il nuovo telefono cellulare della Ericsson è piccolo come un rossetto. Esso pone con ciò nuovi criteri. Se voi usate anche un telefono cellulare della Ericsson, imparerete a vedere il mondo con altri occhi.

Ma questa stessa argomentazione si riferisce ancora a un'implicita conoscenza del mondo dei tardi anni '90 del tipo: *i telefoni cellulari nei rapporti pratici sono ancora troppo grandi e troppo pesanti*. Su questa base si potrebbe aggiungere la seguente struttura argomentativa arrangiata con il design:

Testo	SCOPO di una PREMESSA	+ CONCLUSIONE
	<i>So klein</i>	<i>Sie werden die Welt mit anderen Augen sehen.</i>
Figura	Rappresentazione di una PREMESSA	
	<i>Das neue Handy von Ericsson so groß wie ein Lippenstift</i>	
Testo	Spiegazione, commento alla	
	CONCLUSIONE	
	<i>Wenn unattraktive Handys bisher für Sie ein Problem waren: Vergessen Sie's...</i>	

Se questa spiegazione della struttura testo-figura è esatta, allora si può giustificare con l'esempio che con il design si può formare un'argomentazione coerente. Questo è importante per una delle indicazioni che il testo e la figura qui non si commentano scambievolmente, ma che due componenti semiotiche differenti cooperano e si integrano. Concretamente: abbiamo a che fare con il design linguistico e con il design

di una figura. Prima l'organizzazione integrativa di entrambe le componenti producono l'argomentazione chiarita.

La seconda annotazione: lo “stile” in un senso enfatico qui non ha alcun ruolo. Ma su questo c'è un modello d'organizzazione che mette in relazione interagendo l'elemento del testo e della figura. Eventualmente è nuovo che nel rapporto descritto la figura prepara ogni premessa che viene abbreviata elliticamente e viene espressa linguisticamente come scopo del testo. L'esempio dimostra quindi che il design linguistico “gioca” se possibile per così dire con gli stili, ma può eccedere distintamente sulla realizzazione degli stili convenzionali. Questo si dedica solo in terzo luogo già all'organizzazione della fotografia, anche al ruolo del design della figura. Sebbene non sia sbagliato attribuire un proprio valore stilistico all'organizzazione inerente al design del testo e della figura.

5.2. Lifting e falloplastica.

Nel secondo esempio (figg. 2 e 3 in appendice) può essere messa in risalto la funzione dispositiva e ristabilizzatrice del design attraverso l'organizzazione di un testo. Si tratta per lo più di un triplice “pieghevole” nel quale si fa pubblicità a un ambulatorio di chirurgia plastica. Il problema palese dell'organizzazione di questo opuscolo è quello di mettere insieme informazioni eterogenee, di dare in tal modo un nuovo significato e con esso – al cospetto di una tabuizzazione certa del tema – di stabilire una realtà sociale che possa rendere al ricevente accettabile lo scopo del messaggio. Sulla prima pagina dell'opuscolo si vede la fotografia di una clinica con il seguente testo:

(5) praxis für plastische-, ästhetische-, wiederherstellungs- und handchirurgie, laserchirurgie.

studio per la chirurgia plastica, estetica, ricostruttiva e chirurgia della mano, chirurgia laser

è completata dal nome di un medico e da un indirizzo.

Sulla pagina seguente si trova, accanto ad una piccola piantina della città, un frammento di un dipinto: Eros che porta in braccio Venere. Alla sua sinistra ci sono otto parole che rimandano nello stile della dicitura a determinate parti del corpo di entrambi gli dei. Nonostante la somiglianza formale non si tratta di un modello di DICITURA del tipo:

OGGETTO DELLA FIGURA – LINEA DI COLLEGAMENTO – SEGNO.

Qui abbiamo a che fare solo con un determinato principio d'equivalenza della seguente copia campione, che quindi si chiarisce già con la prima indicazione di *lifting*: la linea di collegamento rinvia alla fronte o ancora meglio all'attaccatura dei capelli di Venere. Alla fine si ha bisogno di una conoscenza corrispondente del mondo perché la fronte sta per una pars pro toto di tutte le altre parti del corpo da sottoporre a lifting e con la parola *lifting* tra l'altro non si contrassegna alcun oggetto fisico, ma uno stato di cose. Ancora più chiaro diventa il complicato rapporto della parola, la linea di collegamento e l'oggetto nel caso della *falloplastica*. Qui la linea di collegamento porta ad un velo, che copre pudicamente l'inguine di Eros. Anche qui è chiaro che l'indicazione *falloplastica* non si riferisce all'oggetto dell'inguine.

Il rapporto dell'illustrazione con l'oggetto illustrato, la linea della dicitura e il segno diventa più chiaro nelle tre pagine interne dell'opuscolo. Qui abbiamo – con le illustrazioni che fanno da sfondo – una voluminosa spiegazione delle diverse offerte mediche. Stilisticamente si commercia sintatticamente prevalentemente riguardo a un'enumerazione nominale

delle parti del corpo (come potenziali oggetti d'operazione) e in parte si integrano le indicazioni con i metodi delle operazioni:

(6) lipoplastik (fettgewebe-absaugung) und körperformende chirurgie

fettgewebe-absaugung, bodycontouring, lipo-sculpture, liposuction hüfte, gesäß, Oberschenkel, Knie, reithosendeformalität, cellulite, bleibende figurverbesserung durch moderne methoden

Lipoplastica (rimuovere il tessuto adiposo) e chirurgia formativa del corpo

rimuovere il tessuto adiposo, bodycontouring, liposculptura, liposuzione, fianchi, sedere, cosce, ginocchia, la forma a calzone alla cavallerizza, cellulite, durevoli miglioramenti della figura attraverso metodi moderni

(7) lippenkorrekturen operative lippenvergrößerung ambulant in lokalanästhesie

Correzione delle labbra ingrossamento delle labbra con operazione in ambulatorio con anestesia locale.

Ma all'occasione sono usate anche complesse frasi composte che passano anche reciprocamente per così dire all'enumerazione:

(8) wenn ein hautüberschuß besteht, wird die absaugung mit straffenden operationen

kombiniert, wie bauchdecken-plastik, fettschürzenabtragung, narbenkorrektur nach unterleibs-operationen oder kaiserschnitt, anhebung der Oberschenkel durch Oberschenkel-lifting an der innenseite mit unsichtbarer naht in der damm-leistenregion, gesäßstraffung bei abgesunkener gesäß-partie.

Se sussiste un'eccedenza cutanea l'aspirazione è combinata con operazioni rassodanti, come la plastica della parete addominale, asportazione del grasso nella zona grembiule, correzione delle cicatrici dopo operazioni al basso ventre oppure dopo tagli cesarei, aumento delle cosce con il lifting cosciale nella parte inferiore con suture invisibili nella regione perineo-inguinale, rassodamento dei glutei attraverso la diminuzione delle parti dei glutei.

Queste forme sintattiche molto diverse fanno capire da che cosa dipende il problema dell'organizzazione grammaticale e testuale: come possono essere presentate le forme linguistiche eterogenee risparmiando posto e attenzione e come può accadere il più coerentemente possibile? La soluzione può essere considerata sintatticamente in un "non testo" strutturalmente eterogeneo con enumerazioni, ellissi, frasi secondarie o frasi principali isolate. Tuttavia i passaggi non sembrano incoerenti sebbene anche il lessico non sia affatto stilisticamente omogeneo. Poi il lessico oscilla tra chiari termini tecnici, che talvolta sfiora per lo meno il gergo violento, e parallelismi tedeschi – a volte perfino posizionati uno accanto all'altro come nella *lipoplastik (fettgewebe-absaugung)*⁶. Ci sono oscillazioni adeguate nei confronti dell'eterogeneità solo tra precisi metodi d'operazione da una parte e la loro descrizione dettagliata dall'altra:

(9) aufpolsterung mit organischen materialien wie kollagenoder eigenfett oder mit isp medical grade nach besonderer absprache.

Imbottitura con materiale organico come il collagene o grasso proprio oppure con isp medical grade secondo un preciso accordo.

Nonostante questa eterogeneità dell'opuscolo venga capita come messaggio complesso, risulta tra le altre cose dagli elementi stilistici formali e tipografici dell'uso senza eccezione della grafia con l'iniziale minuscola. Inoltre si unisce una ritmica linguistica appariscente, che richiama la lirica moderna. Con le immagini attribuite e i toni pastello le pagine trasmettono nonostante tutto un senso e un ordine semiotico. Intuendo da ciò è difficile associare l'intero opuscolo ad uno stile preciso. Ma è almeno evidente il tentativo di un'organizzazione consistente (tra inclusione dei predetti disparati elementi sintattici e lessicali). Tuttavia è distintamente visibile il tentativo, da arrivare talvolta alla comicità, di

⁶ lipoplastica (eliminazione del tessuto adiposo)

fornire a uno degli ambiti derivati da una sfera intima attraverso la produzione di un ordine semiotico l'apparenza di serietà. Questo è del tutto ovvio: che i medici nell'opuscolo pubblicitario fanno pubblicità alle loro capacità, nella nostra società è ancora piuttosto un'eccezione. Che si tratti in quest'occasione non solo di guarire dalle imperfezioni e dalle malattie rafforza ancora l'impressione sociale contrastante di questo specifico luogo del testo che avanza. Ma esattamente il carattere della merce insieme all'ordine degli elementi organizzatori fa sembrare questo depliant un tentativo serio per stabilire una nuova realtà sociale. Che nonostante la tabuizzazione legata a ciò anche nell'organizzazione i tabù sociali vengono presi in considerazione, mostra la distribuzione lessicale e argomentativa di *plastica mammaria*, che nel testo viene commentata ampiamente senza ripresa concettuale, e la *falloplastica* che rimane nascosta non solo metaforicamente, ma anche concettualmente e argomentativamente.

Annely Rothkegel

Lo stile e/o il design.

1. La formulazione della domanda.

Il seguente articolo cerca di classificare i diversi fenomeni mettendoli a confronto con i concetti di stile e design, che hanno assunto il loro significato per la capacità di formare e ricevere testi sempre più ipermediali. Il “design” appartiene alle “cento parole del ventesimo secolo” (eletto da una giuria della rivista culturale “Kulturzeit” nel periodo 1998/1999). Si usa in modo abbastanza illimitato come parola-partner nei composti (design del testo, design della grafica, design del cibo, design del colore, design delle emozioni, o designer delle piante, designer della moda...). Anche la parola “stile” è un partner ideale per i composti (stile di testo, stile di vita, stile di lavoro, stile artistico, stile abitativo ...). Entrambi i gruppi si possono sovrapporre, ma non possono coincidere (cfr. le formulazioni pubblicitarie come *la perfetta simbiosi di stile e design* o *si mostra lo stile* ma non *si mostra il design*).

Anche se si trova un concetto di uguale o disuguale, l’uso della lingua non fornisce alcun cenno attendibile per le categorie che si adattano a un’analisi sistematica. Per tale motivo, in seguito, partirò da tre teorie delle dicotomie introdotte il cui potenziale di utilizzo viene esaminato sia dal punto di vista testuale che da quello ipertestuale: contenuto vs. forma,

espressione vs. impressione, adattamento vs. libertà. Una sovrastruttura comune si ha con la polarizzazione di struttura/produzione vs. analisi/ricezione con cui il significato “design” viene approssimativamente messo al primo posto, mentre il significato “stile” all’ultimo (spiegazione v.s.).

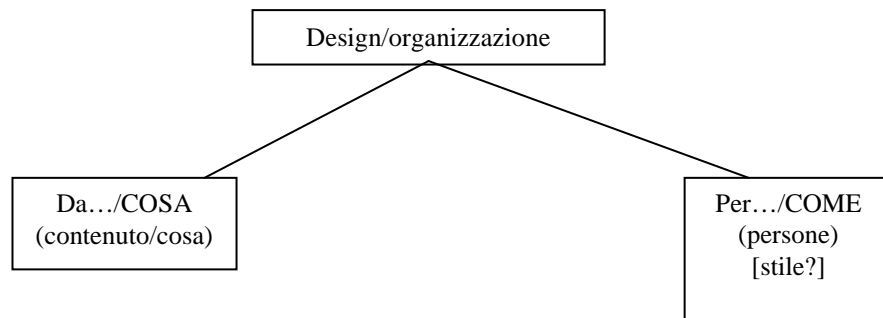


Figura 1: relazione approssimativa tra design e stile

Questo ha senso se entrambi si introducono nell’ambito di una funzione comunicativa, così come p. es. nel caso delle funzioni linguistiche di Bühler con la rappresentazione che si riferisce al contenuto e ai segni, cioè all’invito come riferimento personale (Bühler 1934 (1986). Questo legame, che viene portato avanti nelle figg. 2 e 3 è comprensibile schematicamente in modo da poter analizzare lo “stile” integrandolo in rapporto a ciò che è realizzato nella stessa forma (come design) (cfr. fig. 1 pag. xxx).

2. Contenuto vs. forma.

2.1 Aspetto del contenuto

Consideriamo in primo luogo il rapporto tra COSA e COME, cioè tra l'oggetto e la forma. Per quanto riguarda lo stile la retorica antica ha già fatto una distinzione metodica (cfr. la discussione di Dietz del 1999). Con il percorso della scienza artistica che si era stabilito nel XIX secolo, il concetto è arrivato al suo significato moderno, di rendere possibile applicare lo "stile" a tutti i settori della vita. Il COME corrisponde all'ambito visivo della forma percettibile, attraverso l'oggetto pluridimensionale della tangibilità e della tastabilità, quello acustico dei corpi sonori, della sua struttura e del suo movimento nel tempo. Oggigiorno accanto alla forma della percettibilità fisica vengono inclusi anche i comportamenti umani (p. es. gli atteggiamenti di conversazione) riguardo a ulteriori stati astratti delle cose (la burocrazia, la scienza ecc...) in correlazione al COME. A questi criteri appartengono la riconoscibilità o il riconoscimento, la distinzione, la limitabilità e una certa indipendenza dall'oggetto/stato di cose alla quale alla fine è legato. (Questo dimostra tra l'altro che lo stesso stato di cose può essere presentato con uno stile diverso, p. es. nelle parodie, nelle imitazioni).

Si deve stabilire più precisamente fino a che punto consista la dipendenza nei confronti dell'indipendenza dall'oggetto (COSA). Una complicazione è presentata dall'abbinamento degli oggetti con la loro funzione, p. es. gli oggetti d'uso comune che sono al centro della discussione sul design (p. es. Marcus 1995). Riguardo al testo ci sono dei parallelismi. Sandig (1986) - in una posizione sulla teoria dell'azione - definisce lo stile come il risultato degli atti di un ragionamento. Un modello di descrizione lo si può trovare alla base, qui il testo racchiude un livello (linguistico) d'azione accanto ai suoi livelli di contenuto, che associano il

contenuto di determinate funzioni comunicative (quindi, l'effetto verso l'esterno), che vengono nuovamente usate, con gli atti del ragionamento usati in determinate forme linguistiche di asserzione. La funzione non è imminente, ma la forma espressiva scelta di volta in volta ("visualizzazione per le persone") è quella che può formare e stabilire lo stile. Questo corrisponde anche in quasi tutta la totalità al concetto di design.

Tuttavia, ci sono dei criteri indipendenti dalla funzione che si riferiscono all'oggetto da visualizzare come unità sia materiale che astratta: la qualità della forma orientata verso le convenzioni riguarda determinate proprietà strutturali. Questi criteri, tuttavia, si sviluppano verso oggetti visivi e hanno valore per i testi, da una parte in analogia alla struttura del contenuto e dall'altra in analogia al testo anche come oggetto materiale e alle sue coniazioni specifiche del mezzo di comunicazione che ne sono collegate. Faccio riferimento p. es. alle seguenti dimensioni (mi riferisco alla psicologia della forma in Fitzek/Salber 1996, Schnotz 1997). Questi criteri hanno valore come elementi specifici del COME riferiti alla forma (cfr. fig. 2 pag. 66).

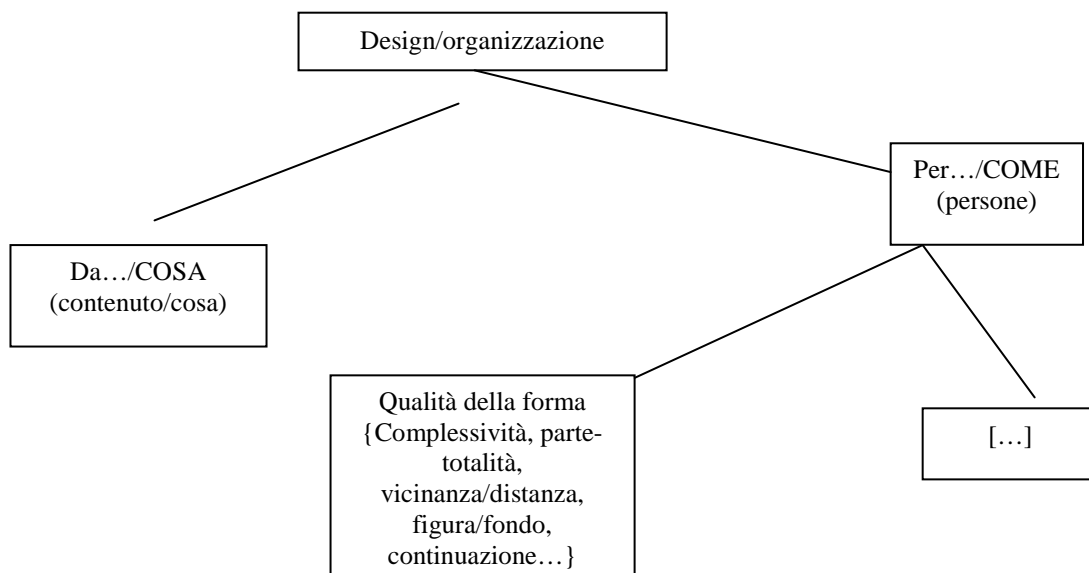


Figura 2: specificazione del COME riferito alla cosa

La totalità e la forma sono unite. In primo luogo si ha la perfezione, l'isolamento e la circoscrizione. In ultimo si ha la risolutezza, il profilo e la superficie d'attacco (Fitzek/Salber 1996; 2). Riferendosi al testo si può pensare la seguente cosa: risolutezza = si sceglie (p. es. tema, tipo di testo, mezzo, estensione, modo stilistico). Profilo = si focalizza (primo piano, rilievo); ciò implica un qualcosa che riporta al contenuto (sfondo, sapere implicito). Il lato debole = si materializza nei confronti di come si rende percettibile in modo intersoggettivo. Con ciò il contenuto è disponibile agli altri per un ulteriore lavoro, una critica o una copia. La forma riflette da una parte la scelta e la ponderazione del contenuto, dall'altra è per gli altri la premessa per accedere al testo.

Totalità e parte: la totalità è più della somma delle sue parti. Vale il principio della non-composizionalità, p. es. si conosce e ricerca semanticamente in riferimento ai fenomeni della frase. Quindi questo significa che il testo come totalità e come combinazione di parti è l'oggetto di ricerca senza che coincidano entrambe le prospettive. L'intero testo "sta bene" nel contesto, le parti del testo si adattano l'una con l'altra. "Adattarsi" rimanda da un punto di vista pragmatico all'idoneità riferita a un uso specifico.

La sequenza delle parti deve – tanto nel ricevere quanto nel produrre – corrispondere a una "buona forma", e deve portare a una struttura del contenuto distintamente percettibile, e certamente in modo che tutte le parti "vadano bene" l'una con l'altra e che la totalità "vada bene" nel contesto desiderato. Lo sguardo si rivolge anche all'intera catena delle parti ma anche ai loro passaggi, che si avvicinano seguendo due indirizzi, cioè con l'eccezione dell'elemento iniziale e finale ogni elemento ha due vicini. Visto in modo dinamico questo rappresenta la copertura del precedente nei confronti del successivo. Il passaggio racchiude fundamentalmente due opzioni: il rinvio e il proseguimento con "l'uguale" o con il "diverso". In questo modo p. es. la "figura" (tema) può essere ordinata in modo

contrastante nei confronti della base (informazione di base). La chiusura dell'insieme (senza resto) p. es. si trova davanti se si aprono tutte le parti (i temi delle parti) nella formazione dei gruppi (formazione della struttura).

Qualità della forma: con lo sviluppo delle categorie che specificano la forma si hanno alcune categorie che accettano nell'esecuzione un grado di perfezione diversa, p. es. con la costruzione di seguito, uguaglianza, vicinanza, chiusura, figura e sfondo. Nelle qualità rappresentano “dal buono fino al cattivo nei confronti del niente” (“va bene, male, niente”). Per la forma del testo prima di tutto si devono vedere due aspetti. Dal punto di vista statico esistono dei raggruppamenti di parti secondo i principi di uguaglianza e diversità, vicinanza e distanza così come di figura e sfondo, da un punto di vista dinamico ci sono i seguiti, le sequenze, i passaggi delle parti – così seguendo le leggi della forma – “il buon proseguimento” e la legge del “destino comune” (cfr. Schnotz, 1997).

Le categorie che riguardano la linguistica del testo offrono anche un fondo di descrizione che ordina la figura e il testo come figure di testo. La considerazione di una struttura (sequenziale e gerarchica) così come di un profilo alla base della vicinanza, della distanza e dell'uguaglianza (cioè le disuguaglianze) porta a dei criteri che rendono producibile e analizzabile lo stile (la domanda della descrizione resta ancora aperta, cfr. 4).

2.2 La standardizzazione nel testo e nell'ipertesto.

Con il termine “tecnologia” (l'inserimento delle macchine a discapito della mano e della testa) l'idea della produzione industriale di massa, cioè del consumo di massa, si collega ai principi della standardizzazione (disponibilità) e della pubblicità (divisione). Che conseguenze ha sulla comprensione di un testo? Il testo diventa un prodotto industriale osservandolo come merce di consumo. Una conseguenza per la produzione

è la standardizzazione (ossia: la standardizzazione in modo principale, perché si trova in ogni caso nella tendenza comunicare convenzionalmente). Una simile tendenza è sostenuta dalle moderne tecnologie d'informazione e applica determinate condizioni di struttura. In questo contesto si parla di design del testo, cfr. alcune standardizzazioni nei formati come l'HTLM (Hyper Text Markup Language) o l'SGML (Standard Generalized Markup Language; cfr. anche Antos 2001, nello stesso volume). Il principio base è quello di usare una struttura contenutistica (come sempre stabilita) di un testo per la sua applicazione tecnica e informativa nelle parti distinte di un testo (titolo, sottotitolo, paragrafo, ecc.). Questo modo di caratterizzazione si deve distinguere dalle rappresentazioni del testo, che vengono prodotte in parte da analisi automatiche del testo e in parte lo possono riprodurre a voce in una rappresentazione parallela come struttura testuale (p. es. la rete come in de Beaugrande/Dressler 1981, Rothkegel 1993). Il ravvicinamento si ha quando i passaggi del testo vengono rimarcati come unità e le categorie definite linguisticamente sono ordinate all'interno di una teoria del testo [cfr. l'impiego di RST (Retorical Structure Theory) nei documenti SGML in Lobin 1999].

La suddivisione (marcatura) del testo secondo degli standard definiti è giustificata dagli obiettivi della tecnologia dell'informazione, cioè dalla manipolazione di testi completi rispetto a delle parti considerando, quindi, la ricerca e la rappresentazione delle informazioni come un'unione di dati elettronici. Questo presuppone un collegamento di rete e un'organizzazione ipertestuale. Così si può mettere il testo lineare e l'ipertesto non-lineare uno di fronte all'altro (Kuhlen 1991). "Lineare" significa che le sequenze delle parti del testo sono solo sistemate in successione, mentre "non-lineare" si riferisce all'opzione di successioni molteplici (cfr. "monolineare" rispetto a "multilineare" in Rothkegel 1997). Queste sono le condizioni dei mezzi e come tali non determinano solo uno stile. Anche l'uso e la mescolanza dei diversi sistemi di segni nell'ipermezzo (o multimezzo), come la lingua

verbale, la figura, il tono creano non solo uno stile determinato, ma appartengono all'utilizzo del mezzo.

In questo senso potrebbe essere utile distinguere la rappresentazione dalla presentazione (Rothkegel, 1998). La rappresentazione comprende il contenuto e l'intenzione di un testo, la presentazione il modo e la maniera di come il contenuto e l'intenzione vengono percepiti. Tale facoltà presuppone che si accetti – come sopra accennato – una separazione tra i contenuti astratti e le forme concrete (cfr. l'uso della visualizzazione delle strutture testuali, Tonfoni 1997). Qual è la conseguenza osservando la forma dell'organizzazione ipertestuale?

Frammentazione: per concretizzare un contenuto (rappresentazione verbale) diventa necessaria una determinata estensione che può essere differentemente grande, o perché il contenuto come tale è voluminoso o piccolo, o perché la sua verbalizzazione può essere eseguita in maniera lunga o corta. Le possibilità tecniche della fissazione così come le abitudini del ricevente e del produttore in questo caso variano molto rispetto al mezzo di stampa (“la carta è paziente”). Nell'ipertesto, al contrario, si tratta di piccole unità che sono adattate alla grandezza dello schermo e richiedono una frammentazione e una focalizzazione rinforzata del contenuto (se si copia da Scrollen si deve fare una classifica anche dei metodi più lunghi come il fatto che non sia giusto e non venga preso in considerazione dai media). Con i mezzi elettronici si ha da una parte – forma visiva – una prima discrepanza tra i perimetri molto grandi per il contenuto nella disponibilità e nella possibilità di presentarle su uno schermo relativamente piccolo. In questo caso è presentata una frammentazione dei contenuti di grande massa come i mezzi di stampa. Questo viene compensato con l'opzione retorica della combinazione più o meno libera di frammenti di testo usati in modo interattivo dal ricevente. La “miniatura” della singola pagina si trova di fronte al “monumento” della totalità.

2.3 Gradi dello sviluppo (dimensione temporale).

Se si considera la forma separata dal contenuto, si possono contraffare i gradi dello sviluppo, così si ha p. es. la prima fase, la fase alta e la fase tarda. La prima fase tratta la regola della separazione e l'adozione sperimentale di uno stile nuovo. In questa sede non è de tutto chiaro se hanno valore gli sviluppi formali determinati come modificazioni o come ulteriori sviluppi di uno stile disponibile o si può già manifestare un nuovo stile (possono essere classificati anche precedentemente).

La fase alta vale come fase di perfezionamento (o come fase classica) nella quale un determinato stile mostra la sua forma "più pura" o "più tipica". Nella fase tarda questi fenomeni vengono ordinati, ma non si accordano più per intero con lo schema classico. Rimane il dubbio se si tratta di disgregazione, di ulteriori sviluppi o di nuovi inizi (cfr. p. es. "lo stile dell'età"). La dimensione storica ribadisce, infine, perfino di accettare le fasi della "perdita di stile", del "non ancora stile" e del "non più stile". Qui si trova anche una costruzione che, sulla base della stretta separazione tra forma e contenuto, la forma guarda al contenuto come qualcosa di ordinato in modo temporale. Questo offre la base originale alle basi dello stile: lo stile si orienta sull'oggetto pronto che è modificabile, lo stile si può insegnare e apprendere. Questo vale anche per il design. Queste forme prodotte di volta in volta sono diverse da quelle che p. es. si trovano in natura con la crescita.

3. Espressione ed effetto (persone).

Guida all'attenzione: a differenza della distinzione tra contenuto e forma che mette in risalto gli aspetti specifici del COME, qui si tratta di stimolare le persone stesse. A loro si richiede l'attenzione. Forse qui si possono esaminare i diversi aspetti dello "stile" da una parte come "espressione di" e "design", e dall'altra come "effetto di" (cfr. fig. 3 pag. 76).

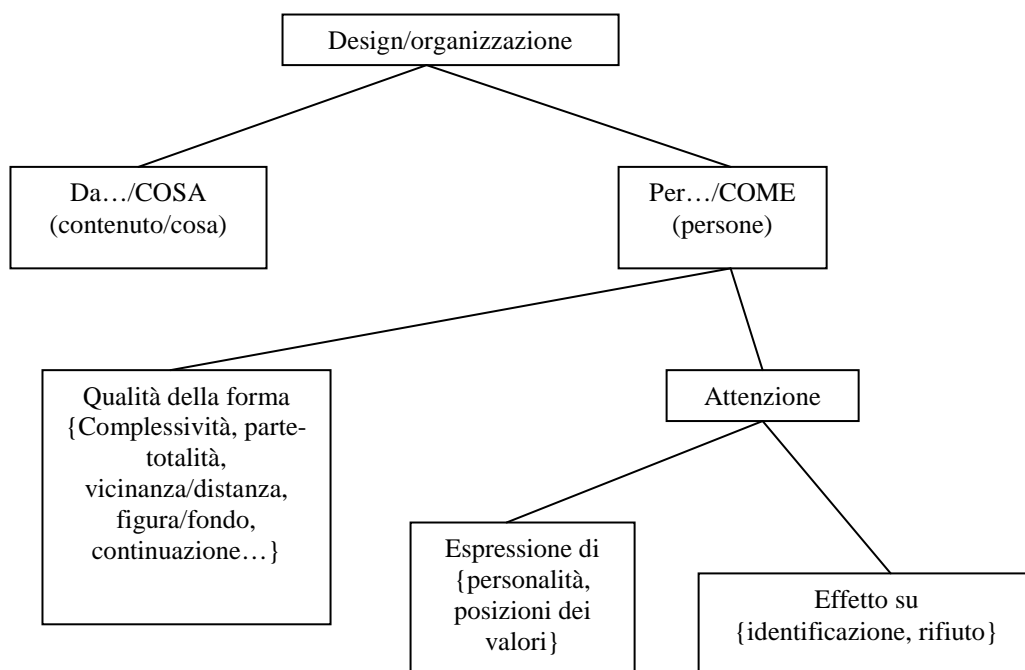


Figura 3: Specificazioni del COME riferite alle persone

P. es. lo stile è percepito come espressione di un'epoca (p. es. il barocco, il naturalismo), di un tipo di testo, di una forma di comunicazione (stile sociale) o di un determinato autore (stile individuale). La stimolazione degli aspetti personali può essere la base per vedere lo stile rispetto al design in un contesto sociale e di comunicazione. L'attenzione può essere

regolata in conformità a entrambi i ruoli dei partecipanti alla comunicazione: ai produttori (espressione) e ai riceventi (effetto mirato).

Con la parola “espressione” s’intende, secondo Bühler, le tre funzioni linguistiche “sintomo”: i parlanti non dicono solo qualcosa sulla cosa, ma danno con questo allo stesso tempo qualcosa di conosciuto su se stessi, qualcosa sulla loro personalità, sulla loro mentalità, sulla loro condizione psichica ecc. Questa è tra l’altro un’opinione de “le style c’est l’homme”, come viene rappresentato dai tempi antichi fino a oggi (prima di tutto considerando una classificazione linguistica come arte, Müller 1981). Ma la considerazione ha anche un ruolo importante linguisticamente, qui non si riferisce solo al testo usato (sono incluse le categorie sociologiche o psicologiche più forti). Rispetto a ciò c’è “le style c’est le texte” che alla fine termina con “l’art pour l’art”. Qui si tratta di “lavorare sul testo” – in analogia al lavoro degli scultori con la pietra. Mentre l’uno caratterizzava quasi il riflesso da qualcosa a qualcos’altro, l’altro contrassegnava la figura riflessa con l’intenzione. In primo luogo lo stile si può analizzare, mentre alla fine si può studiare come design. Questo lavoro sulla forma non si riferisce solo al contrasto tra contenuto, materiali e temi, ma recupera nuovi contenuti con alcuni aspetti che si riferiscono alle persone. Esse rispetto alle loro qualità diventano tema e viene spostato sulla forma (dall’oggetto/testo). La forma stessa riceve il carattere di segno e può rappresentare il diverso (la progressività, il tenere conto, il credo politico, la ricchezza, l’etica, il tempo, ecc.).

A che punto è il secondo riferimento alla persona, il carattere d’appello secondo Bühler, l’effetto mirato della forma sulle altre (l’utente, i clienti, gli impiegati, i riceventi)? Anche qui sembra che il carattere dei segni abbia un ruolo. La forma propone: la possibilità di identificare rispetto alla circoscrizione, l’invito all’uso al posto del rifiuto (cfr. anche la “superficie d’attacco” nella terminologia della psicologia della figura, v.s.). Qui c’è posto per l’intero spettro del design.

4. Adattamento e spazio stilistico.

Adattamento e spazio stilistico: l'ultima domanda mira al rapporto tra l'adattamento al mondo circostante (in senso più ampio, fisico e sociale) e allo spazio della creazione. Dal punto di vista costruttivo l'uso della lingua è caratterizzato dall'adattamento alla realtà. Ciò che vale come opportuno (adeguato, rilevante, sensato, modico, consueto, ecc.) nell'epoca o più specificatamente nella situazione vigente (con le sue condizioni sociali e psichiche) si ripercuote sia sulla scelta e l'organizzazione dei contenuti e sulle intenzioni del testo che nelle forme linguistiche usate per questo obiettivo. Bisogna prevedere da questo punto di vista i cambiamenti, le modifiche, le variazioni e le selezioni delle alternative. Un secondo strato di cambiamenti, modifiche, variazioni e selezioni delle alternative è il modo stilistico. Forse non è sempre evidente separarli. Parafrasando: con l'adattamento al mondo circostante, che ha le proprie circostanze, lo stile si può formare se nel modo di adattarsi si trova uno spazio che viene usato in un determinato modo – tradizionale o creativo (cfr. lo stile come scelta di alternative in Sandig 1986, 2001, nello stesso volume).

Nel 2 o nel 3 si trattano le considerazioni della forma rispetto alla relazione con la cosa/contenuto (2) e con le persone (3). Lo schema elaborato fornisce dei criteri e li localizza nelle loro relazioni, che le specificano come tali o li combinano con la forma. Lo "stile" è caratterizzato come impiego degli spazi che sono dati dalle circostanze della forma. Se la possibilità di scelta è presente sono prodotte due tendenze: la nomina dell'abituale e la nuova creazione.

Con le nuove circostanze della modellatura – come p. es. l'ipermezzo – ci sono impulsi per i nuovi sviluppi dello stile. L'adattamento al mezzo (la frammentazione e la miniaturizzazione vs la monumentalizzazione e le coerenze multiple così come i sistemi dei segni come la lingua, la figura e il tono) inizia degli spazi che possono portare allo stile con il volere

dell'organizzazione corrispondente, cioè agli stili che non necessariamente sorgono. Per questo motivo un breve schizzo:

Ciò che rimane uguale in entrambi i mezzi, da una parte è l'esigenza della coerenza dei frammenti interni al singolo frammento, dall'altra il collegamento dei frammenti tra loro. Ci si domanda dove sono gli spazi d'origine. Uno spazio possibile p. es. è dato dalla scelta del modo diverso per raggiungere la brevità (miniaturizzazione di alcuni stili della focalizzazione) e in che modo diverso si può rendere visibile (stile della visualizzazione p. es. con gli appoggi tipografici, acustici o animati) il contenuto (rimasto uguale).

Design tra miniatura e monumento: la metafora “corpo del testo” come parte del testo porta allo sviluppo tematico dell'informazione (in contrapposizione con la “testa” che p. es. contiene il titolo: cfr. tra gli altri l'HTLM), è sintomatico per il generale procedimento metaforico che fa percepire il testo e il suo lavoro come grandezze astratte usate per le tecnologie del computer. Probabilmente sarebbe pensabile anche un'altra metafora. (Questa scelta corrisponde anche a un determinato stile d'intercessione della competenza del software). Ciò che qui specialmente ci interessa è la domanda se e fino a che punto l'uso stesso di una metafora apre uno spazio stilistico. La figura si sposta e così si lavora a un “corpo” quando si lavora a un testo. Diversamente dalla metafora stilistica nel contrasto della figura (cap. 3) è la totalità piuttosto che la parte. A ciò si aggiunge che in realtà questo corpo è materializzato “orizzontalmente”. Esso è un'area che corrisponde a un frammento della superficie del teleschermo (come una pagina di giornale). I raggruppamenti tematici come anche il collegamento e il passaggio delle parti offrono a questo scopo uno spazio stilistico quando si tratta di alternative all'interno della miniaturizzazione. A differenza di ciò si trova l'opzione al monumento in modo che, in questo modo il diritto – successivo e multilineare – viene organizzato pagina per pagina, fino a che il contenuto completo (senza

limiti di principio delle dimensioni) è a disposizione del ricevente, manifestato diversamente fino a che il ricevente abbia un modello cognitivo del contenuto di dimensioni come sempre voluminose. Qui lo spazio stilistico potrebbe ancora sostenere che differenti modelli di composizione (rappresentazioni della struttura del testo) vengano accettati e quindi sviluppati per concretizzare (verbalmente, visualmente, ecc.) tali modelli (monumentali) (cfr. Schiffman et al. 1997). In breve: con la miniatura e il monumento si producono le forme della presentazione e non lo stile.

Le idee schizzate sopra –anche se eterogenee – si riuniscono nella formulazione della domanda secondo la loro capacità empirica (per la parte aggiunta dell’analisi, tra gli altri Spillner 1984). Anche quando si è soltanto dimostrato che si può formulare un concetto (scientifico) difficile come lo stile nelle categorie semplici, ma che d’altra parte gli stili sono riconoscibili e distinguibili si può formulare la domanda che segue un accesso empirico favorevole che si trova alla base comune a tutti gli altri stili. Lo schema sviluppato (e di seguito usato) offre una base per descrivere le forme. Una descrizione di determinati stili sembra non essere possibile, si potrebbero descrivere gli spazi e le alternative rispetto alla molteplicità delle forme possibili. A tale riguardo rimane solo la caratterizzazione dello stile nell’attribuzione della plasmatura eseguita e quindi esposta.

Angelika Storrer

I nuovi mezzi di comunicazione di massa – le nuove richieste stilistiche. Il World Wide Web da un punto di vista stilistico

1. Introduzione

Il mezzo e il canale influenzano la realizzazione dell'azione dal punto di vista dell'impostazione del testo e, quindi, sono parametri importanti per la stilistica. Questo è stato commentato in diversi esempi da Sandig (1986, 268ss) la quale (1997, 37ss) evidenzia l'“ipertesto” come un nuovo mezzo rinnovato. I nuovi compiti dell'organizzazione e le nuove possibilità del World Wide Web (WWW) al servizio dell'ipertesto internet, esigono dallo “stile camaleonte” nuove prestazioni di adattamento, soprattutto sotto vari aspetti:

- Gli ipertesti nel WWW possono trattare gli occhi e le orecchie allo stesso modo. L'organizzazione del Web è a conoscenza di una mediazione dell'informazione su più canali, sugli scritti, sulla figura, sul tono o sul video, e si può decidere di inserire i diversi elementi in un insieme adatto allo schermo. Anche se lo scritto nel WWW ha un ruolo dominante, viene percepito in modo diverso usando gli ipermezzi e quindi assume nuove funzioni (cfr. Schmitz 1997). Il concetto di stile necessita, per soddisfare

tale intreccio, di diversi sistemi di segni contraddistinti come “multimedia”, finora necessari come fondamento semiotico¹.

- Le possibilità di scelta per realizzare azioni creative sono presenti nel WWW e dipendono dal fatto che l'autore dell'ipertesto abbia a disposizione un corredo di hardware e di software. Anche la visuale del ricevente sull'ipertesto nel WWW è influenzata fortemente dai parametri tecnici: dalla grandezza e dalla scomposizione dello schermo, dal software usato per ricevere e la sua velocità, così come la cosiddetta “lunghezza d'onda” di un utente, cioè le risorse disponibili per trasmettere i dati. I tempi lunghi per il caricamento possono anche diventare perfetti ipertesti dal design al disco, se il pubblico lavora prevalentemente con modem lenti. I fattori tecnici devono essere inclusi perciò nella valutazione della conformità stilistica.

- Determinante per il successo delle offerte del WWW non è solo la sua evidente attrattiva, ma anche la sua conformazione all'uso (“utilità”): la chiarezza, le molteplici possibilità individuali di scelta e un intuitivo e chiaro uso da parte dell'utente sono segni distintivi importanti, così anche lo scopo comunicativo ottenuto può essere raggiunto in un sito. Però non devono essere sopravvalutati gli interessi e le conoscenze del pubblico per quanto riguarda l'organizzazione e la valutazione stilistica degli ipertesti, ma anche le loro preferenze per una forma di ricezione tipica dei mass-media, che viene anche indicata come “browsing”, “surfen”, e “navigare”.

- Gli utenti del WWW non possono solo richiedere informazioni, ma devono anche esigere la funzione di poter comunicare via internet, con la posta elettronica (e-mail) e con il distributore di posta (mailing-list) passando per i gruppi di discussione (news-groups) fino alle conferenze on-line (chat). Per gli scambi non pagati tra coloro che offrono informazioni in rete e i loro “visitatori” si è formato un vero e proprio stile comunicativo e sociale (Kallmeyer 1995) le cui regole e norme vengono registrate nella

¹ Cfr. qui anche il contributo di Antos (nello stesso volume), di Hoffmann (nello stesso volume) e di Fix (nello stesso volume).

cosiddetta “Netikette”² e vengono commercializzate da nuove entrate. La presentazione del valore della “Netikette” ha un ruolo anche per la valutazione dei siti WWW ed è il libero scambio di idee e informazioni (“libero” nel senso di “gratuito” e in quello di “non censurato”), di lealtà e tolleranza reciproca, di relazione di responsabilità con le risorse di rete e con la durata di altri partecipanti alla rete.

Anche se il WWW è un mezzo di comunicazione relativamente moderno, il suo numero di utenti e le sue forme di utilizzo sono sempre in continuo cambiamento, ci sono comunque una serie di regole e norme per organizzare gli ipertesti nel WWW, che sono codificati dalle guide di stile e di design (“style guides”). Queste guide contengono soprattutto una mescolanza multiforme di regole di comunicazione e formulazione che si estendono ai mezzi di comunicazione e sono specifiche per questi mezzi così come i riferimenti all’ergonomia del software. Essi danno battute per i rapporti con la situazione che l’autore nel WWW non può esattamente determinare, come il suo prodotto viene cercato sullo schermo dagli utenti finali, che devono pianificare invece le diverse grandezze dello schermo, la sua risoluzione, i tipi e le versioni di browser che collaborano. La lettura di queste guide di stile diventa veloce e comprensibile poiché influenzano fortemente la tecnica di trasmissione in rete e la scelta delle varie alternative in rapporto alla conformità e all’efficace realizzazione dei fini d’azione: così viene colmato p. es. il principio sequenziale della piramide rovesciata per il WWW – prima la cosa più importante poi i dettagli –, poiché le pagine nel WWW sono costruite dall’alto verso il basso, e questo quindi, circostanza permettendo, è abbastanza lento (cfr. Bricklin o. J., Nielsen 1996). Chi mette il messaggio principale in alto alla pagina può

² “Netikette” è una fusione tra “Netz” (rete) e “Etikette” (etichetta): per il contenuto e lo status cfr. Shea 1994 e Storrer/Waldenberger 1998.

incuriosire il lettore su ciò che sicuramente seguirà se i dati saranno caricati nella totalità.

Le guide di stile e di design per il WWW sono una risorsa preziosa per lo studio delle regole e delle norme specifiche del mezzo di comunicazione, attraverso queste può essere fornita la conformità rispetto alla non-conformità di senso stilistico. Sono da leggere in questo contesto tra le altre le “regole d’oro per il cattivo design del HTML” (Karzauninkat o.J.), poiché non racchiudono solo tutti gli aspetti importanti della valutazione, ma presentano nella loro formulazione segni tipici dello stile comunicativo di internet. Tuttavia le parole “stile” o meglio “design” sono usate in queste guide in modo prescientifico e non molto preciso e inoltre sicuramente appaiono anche le espressioni del titolo nella guida come in Pfaffenberger (1997), Siegel (1997), Karzauninkat (o.J.) o Lynch (1997). Chi vuole esaminare il WWW scientificamente e stilisticamente necessita quindi di categorie di analisi e di descrizione differenziate. L’ambito sviluppato da Sandig nel 1986 e nel 1995 è particolarmente adatto alle analisi stilistiche nel WWW, perché tutti i parametri importanti dello stile certamente sono compresi uno a uno, le funzioni stilistiche sono ricoperte tuttavia sempre dai tipi di situazioni che hanno una loro sistemazione in un contesto sociale e comunicativo. Questo rende possibile analizzare l’influsso di un singolo parametro, senza che vada perso la visione d’insieme sui contesti in espansione. Abbastanza approssimativamente si possono distinguere due tipi di analisi stilistica nel WWW ancora divisibili internamente:

- *Le analisi stilistiche in contrasto con i mezzi di comunicazione* analizzano il modo di distinzione per il nuovo mezzo di comunicazione del WWW osservando gli aspetti più importanti dello stile confrontati con i “vecchi” mezzi. Si fissa il parametro del tipo di testo nei confronti dello scopo comunicativo, si cambia il mezzo di comunicazione nei confronti del portatore di testo e il canale di trasmissione rispetto al canale di percezione. In opposizione ai mezzi di comunicazione ci si domanda p. es. come si

possa raggiungere un determinato scopo comunicativo con un mezzo disponibile nei diversi mezzi di comunicazione e con quali caratteristiche si differenziano i tipi di testo che si confrontano nella loro realizzazione mediale. A tale genere appartiene il confronto tra i modelli di scomposizione e il concatenamento nei quotidiani stampati e on-line in Blum/Bucher 1998 e il confronto degli aiuti di formazione e coerenza nei testi e ipertesti “tradizionali” in Storrer 1999a. Attualmente nel WWW si può anche notare bene come le forme di organizzazione che sono pratiche dei mezzi di comunicazione tradizionali vengano riutilizzate nei nuovi mezzi di comunicazione e come prima di questo si era formato uno stile tipico del mezzo. Poiché si sperimenta, mescola e rappresenta molto, il WWW rappresenta una fonte inesauribile per gli esempi di mescolanza tra il modello di testo e gli effetti stilistici prodotti. Al contrario, adesso si trovano anche aumentati gli elementi dell’organizzazione tipici dell’ipertesto nei “tradizionali” mezzi come il giornale, la radio e la televisione.

- *Le analisi di stile interne ai mezzi* esaminano relazionate a un mezzo di comunicazione quali modi possono essere disponibili per assolvere un compito comunicativo e quale significato stilistico viene prodotto dalla scelta di uno o di un altro mezzo. Sono fissi il mezzo e i compiti comunicativi da risolvere. Sono variabili i parametri importanti dello stile come il riferimento ai destinatari, ai modelli di struttura e di sequenza o il modo di organizzare il contatto con il pubblico. A questo genere appartiene p. es. il paragone tra le diverse forme di interazione sui giornali on-line in Jakobs 1998, la tipizzazione comparata delle homepage in Storrer 1999b, il confronto delle strategie diverse nella progettazione del navigare e della direzione dell’utente in Bucher 1999.

Il presente articolo è visto come un tentativo di analisi stilistica interna al mezzo, con la quale si trova il più importante mezzo di struttura, esso ha

a disposizione un autore d'ipertesto: l'iperlink chiamato più semplicemente "link". I link si possono caratterizzare come rimandi computerizzati, gli ipertesti sono collegati uno con l'altro anche con gli altri ipertesti. I link connettono i componenti di un ipertesto e rendono possibile all'utente saltare da un'unità ipertestuale all'altra.

Vorrei precisare brevemente nel terzo paragrafo il concetto di link per descrivere il compito che un autore di ipertesto deve risolvere in relazione ai link: la definizione, la spiegazione e la posizione del link.

Voglio mostrare degli esempi di WWW, come alternative disponibili per risolvere questi compiti e quali punti di vista hanno un ruolo per scegliere le alternative. Concludendo, su queste basi sono necessari i consigli per i rapporti con gli iperlink che si trovano nelle guide di stile e di design relativi al WWW, criticamente vengono messi sotto la lente d'ingrandimento. Per poter chiarire meglio l'importanza dell'iperlink per l'organizzazione del web, nel paragrafo che segue verrà prima descritto brevemente il WWW come sistema di ipertesto e poi spiegato quale condizione di margine tecnico è soggetto all'organizzazione dell'ipertesto per il WWW.

2. Il World Wide Web come sistema di ipertesto

Il World Wide Web è organizzato come un'opera di rete di reti parziali omogenee, funzionali e tematiche ("siti") i cui nodi ("moduli") sono collegati uno all'altro dai link. L'autore di un ipertesto contrasta con l'autore di un libro non come conduttore che accompagna il lettore dall'inizio, attraverso un finto percorso di lettura, fino alla fine del testo. Egli è più che altro un donatore d'informazioni, riceve gli ospiti nella "homepage" e sostiene, con i mezzi d'organizzazione e una struttura specifica del mezzo con letture selettive, percorsi di ricezione individuali.

Un fattore di successo determinante del WWW è l'intreccio di comunicazione e informazione: gli iperlink non connettono solo le pagine WWW una con l'altra, ma possono richiamare formulari e-mail o iniziare spazi chat, cioè attivare servizi d'informazione via internet. Il WWW diventa per questa ragione un canale che rende possibile non solo trasmettere ma anche ricevere, quindi, "non solo far ascoltare l'ascoltatore, ma anche farlo parlare e non isolarlo, ma metterlo in collegamento" (Brecht 1932, 440) così come avrebbe sperato Brecht nella sua teoria sulla radio come nuovo mezzo di comunicazione.

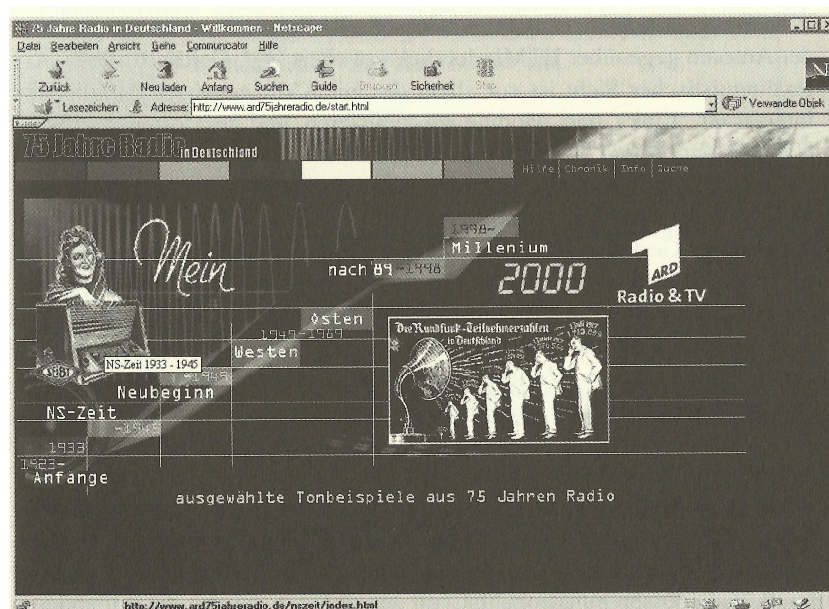


Figura 1: Homepage di un ipertesto sulla storia della radio.

Con il WWW possono mettersi in contatto persone dai diversi angoli del mondo interessate allo stesso argomento, ed eseguire un documento comune. I risultati provvisori sull'e-mail e sulla lista di discussione possono commentare e anche discutere nelle conferenze on-line gli aspetti di parte. Con la semplice attualizzazione e lo scambio veloce e conveniente di idee e di dati il WWW non assume solo le funzioni di una biblioteca mondiale

virtuale, ma anche quelle di un caffè virtuale, di una piazza del mercato per le idee da interpretare in modo informale, opinioni e prodotti dell'informazione semifiniti, che vengono venduti per una perizia ulteriore.

Chi eseguirà gli ipertesti per il WWW è sottomesso a condizioni tecniche marginali che cambiano con la tipica velocità della tecnica del computer. Come fattori importanti, intesi come lo spazio d'azione per l'organizzazione da parte degli autori dell'ipertesto, sono detti:

- *Lo standard usato per distinguere le pagine web*: l'HTLM (Hypertext Markup Language), la lingua per distinguere i moduli e i link nel WWW, viene sempre più ampliata con la W3-Consortium, l'istituzione standardizzata del WWW. Ogni cambiamento ha come conseguenza una trasformazione visibile delle pagine di saluto e di accesso: Siegel (1997) distingue i siti web della prima, seconda e terza generazione; nel frattempo si dovrebbe già essere arrivati alla sesta o alla settima. Nel 1998 il sostegno deciso di XML come completamento all'HTML modifica ancora una volta enormemente il WWW, poiché l'XML estende in modo evidente l'ambito di impostazione degli autori nei confronti dell'HTML (cfr. Goldfarb 1999). Dal punto di vista della linguistica del testo è soprattutto interessante la possibilità determinata di tipizzare con l'XML i links e i moduli e di precisare strutture ipertestuali specifiche del tipo di testo.

- *La comodità del software viene usata per la produzione*: chi deve eseguire la sua presentazione del WWW con un semplice editore, deve rinunciare piuttosto a elementi dispendiosi per l'organizzazione. Molti ambienti di sviluppo forniscono modelli prefabbricati di organizzazione delle homepage, che devono ancora essere usate. Questi contribuiscono molto, poiché portano senza grande dispendio di tempo e denaro a una propria homepage, ovviamente alla forma e al consolidamento dei modelli di strutturazione e di organizzazione nel WWW.

- *I browser-software*, sono adoperati dai possibili utenti che rilevano entrambi i concorrenti nel conflitto del Browser, Netscape (Navigator) e

Microsoft (internet Explorer), sostengono diverse estensioni HTML o rappresentano in modo diverso gli stessi elementi HTML. Chi ottimizza la sua presentazione Web per un determinato browser può sfruttare pienamente le sue funzionalità. Gli utenti che lavorano con altri browser sono tuttavia danneggiati o perfino esclusi. Perciò le guide di stile raccomandano di scrivere per diverse versioni e tipi di browser, ciò che servirebbe a versioni parallele (p. es. frame e moframe) e ciò che servirebbe a evitare che gli elementi non venissero sostenuti da tutti i browser.

- *Estensione della banda ("bandwith") disponibile per l'utente* viene ristretta da fattori come la dotazione di hardware e software, la potenza del computer del client-computer e la potenza del computer del server-computer. L'estensione della banda determina la velocità di trasmissione dei dati e inoltre decide se l'utente finale può godere di presentazioni multimediali. Il problema dell'estensione della banda prima o poi diminuirà, finora si è piuttosto acuito nonostante "il potenziamento" più costante di tutti i fattori partecipanti, poiché il miglioramento delle capacità attraverso il numero sempre più crescente degli utenti e la trasmissione crescente degli archivi dati di toni e video pesanti di megabyte viene sempre ricompensato (cfr. Nielsen 1998).

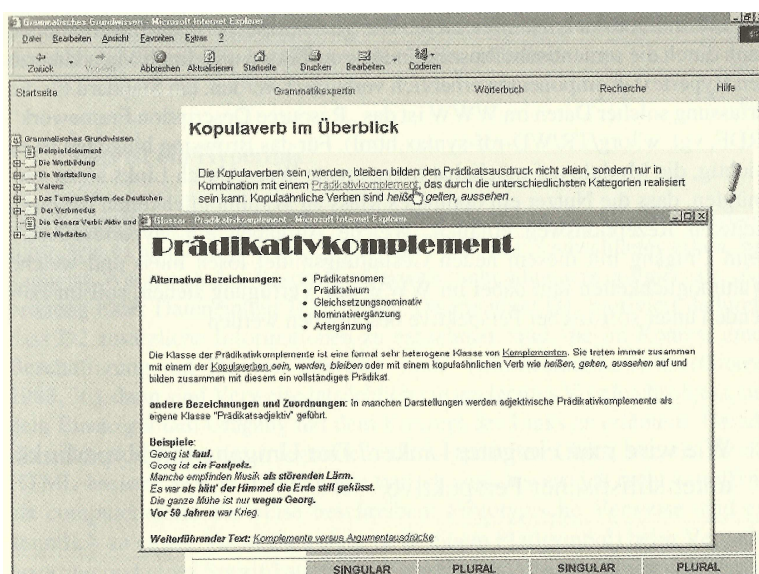


Figura 2: due moduli dalla grammatica on-line “Grammis”

Queste condizioni di margine di pagina per produrre l’ipertesto (“authoring”) hanno un ruolo fondamentale per valutare la qualità e la conformità dell’ipertesto nel WWW. È importante che alla pagina di ricevimento dell’ipertesto (“navigation”) si mettano a disposizione strategie di ricezione tipiche del mezzo e per questo si possano considerare gli strumenti di navigazione adatti. Si possono distinguere due forme base:

- Per la *ricerca automatica di un modello di ricerca* sono a disposizione strumenti che prima di tutto sono vantaggiosi se l’informazione ricercata può essere usata “secondo il concetto”.
- Con il *browsing* l’utente segue dei links dall’aspetto importante nella speranza di ricevere risposte per una domanda o per un concetto più chiaro per una formulazione della domanda profilatasi all’inizio in modo vago (cfr. Kuhlen 1991, 128ss). Questa forma di ricezione vale in modo particolarmente adatto alle situazioni nelle quali c’è sicuramente un fabbisogno di informazioni, ma lo scopo della ricerca non è formulabile in modo chiaro. Per cercare nelle informazioni offerte senza solidi vantaggi si usa la comune espressione “navigare”, basandosi sull’espressione americana “channel surfing”, cioè lo zapping spassoso nei canali televisivi.

L’autore dell’ipertesto, qui non più essere guida di se stesso ma padrone di casa, può rimanere perciò nascosto per permettere al ricevente di trovare la propria informazione. La ricerca finalizzata alle informazioni può essere notevolmente migliorata con il contrassegno semantico dei testi e con i metadati dei componenti dell’ipertesto: uno standard per comprendere questi dati nel WWW è la “Resource Description Framework” (RDF, cfr. W3org/TR/WD-rdf-syntax.html). Per il browsing, al contrario, è importante collegare i moduli nel modo più trasparente possibile attraverso i link, così

che gli utenti possano mantenere una dimensione ottimale per quanto riguarda le possibilità di scelta per i propri modi di ricezione futuri. Quale compito deve risolvere un autore dell'ipertesto in relazione a questi nuovi mezzi di organizzazione e quali possibilità di scelta sono a disposizione nel WWW con i quali devono essere descritte in seguito le prospettive stilistiche?

3. Come si diventa un buon linker? La relazione con l'iperlink secondo una prospettiva stilistica

Il "linking", la connessione di moduli attraverso gli iperlink vale come "idea fondamentale dell'ipertesto" (Kuhlen 1991, 99). I link uniscono nell'insieme gli elementi del WWW e in piccolo sono fondati sui siti e sugli ipertesti. Un buon autore di ipertesto deve essere quindi in primo luogo anche un buon linker, nel nuovo senso della parola e in riferimento ai mass-media³: deve conoscere le alternative in rapporto agli iperlink e selezionarlo nel caso determinato, che si adatta meglio di tutti a un determinato scopo comunicativo. Con questo si possono distinguere tre sfere di competenza con le quali si hanno a disposizione ogni volta opzioni diverse per le impostazioni:

- *La caratterizzazione del link*: i riceventi devono poter riconoscere quali sono gli oggetti visibili sullo schermo che hanno la funzione di link, cioè gli oggetti in questione devono essere riconoscibili come informatori di link. Nel § 3.2 si descriveranno le alternative disponibili all'autore per questo compito.

- *La spiegazione del link*: l'autore deve chiarire che cosa succede quando si attiva un link, cioè deve rendere trasparente all'utente l'opzione

³ Per il gioco di parole ringrazio Wichert (1997).

di scelta semantica e funzionale. Nel § 3.3 a questo punto si trattano le strategie più importanti.

- *La collocazione del link*: l'autore deve sistemare i link al posto giusto nel modulo ipertestuale. Qual è adeguato allo scopo della comunicazione dipende dai fattori che verranno discussi nel § 3.4.

Per poter illustrare soprattutto le alternative spiegherò nel successivo paragrafo il concetto di link.

3.1. *Che cosa è un iperlink?*

Il concetto di link viene spesso introdotto dal concetto di rinvio, così com'è conosciuto dai mezzi stampati, p. es. dai dizionari.

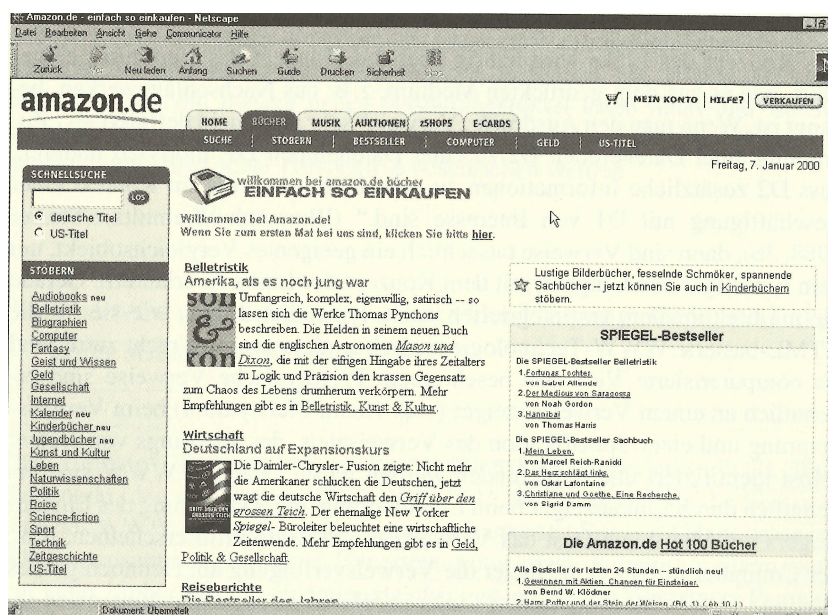
Si definisce genericamente l'espressione "rinvio" come l'"attribuzione di una unità di dati D2 a una unità di dati D1, motivando il fatto che da D2 bisogna desumere le informazioni supplementari presenti in un contesto d'attività d'interesse con D1" (Blumenthal/ Lemnitzer/Storrer 1988, 36), allora i rinvii sono veramente l'oggetto di un confronto adatto a spiegare al partecipante la relazione con il concetto di link. Già i link unidirezionali, integranti il testo e non tipizzati, come quelli tipici della tecnologia del WWW basata su HTML, si possono descrivere appropriatamente come rinvii computerizzati: i rinvii prototipici sono riconoscibili da un indicatore di rinvio (p. es. il simbolo della freccia) all'origine del rinvio e di una specificazione dello scopo del rinvio che deve essere tuttavia identificato e trovato dall'utente stesso. I link nel WWW sono riconoscibili con l'indicazione di link alla propria origine e il mouse che fa apparire lo scopo del rinvio sullo schermo, cioè il computer toglie all'utente il procedimento di rinvio. Tuttavia ci sono differenze importanti tra i link nei mezzi elettronici e i rinvii in quelli stampati.

- Dal momento che lo scopo del link non deve essere usato da solo né si deve trovare con i fogli sparsi qua e là, si ristabilisce la grande probabilità del procedimento di rinvio. Gli indicatori dei link hanno una vigorosa forza appellativa per l'utente che siede davanti al monitor e quindi con il mouse in mano esplora i possibili punti di lancio.

- Ci si può mettere davanti opere stampate senza rimando di consultazione, gli ipertesti sono impensabili senza link. Questo vale particolarmente per i link di navigazione, che portano di volta in volta al punto di rotazione e al cardine dei relativi siti. I moduli che non sono collegati dai link di navigazione alle homepages o ad altri moduli strutturali non possono essere dei motori di ricerca. Rimangono senza riferimento a un'estesa totalità, si parla anche di "pagine orfane" ("orphan pages"). Ma anche i link tematici sono per l'autore dell'ipertesto un mezzo irrinunciabile per strutturare i siti, per l'uso dei riceventi e per il controllo dell'attenzione.

Con la parola "link" si contraddistinguono nelle lingue quotidiane sul WWW sia gli indici di link che le relazioni tra le origini e lo scopo del link, che alla fine lo **motivano**. Per poter denominare in modo preciso il mezzo e le opzioni della forma con i link è però necessario distinguere tra il livello della *modellazione dei dati semantici* e l'*organizzazione delle interfacce*.

Figura 3: Modulo da "Amazon" negozio di libri on.line.



- *Organizzando le interfacce* si determina il modo di comunicare i dati gestiti nell'ipertesto sullo schermo e gli utenti possono "interagire" con gli oggetti comunicati sullo schermo. A questo livello sullo schermo i link sono rappresentati come indicatori di link, cioè come oggetti che rendono visibile lo scopo del link sullo schermo se sono attivati in modo preciso, p. es. con il clic del mouse. Nella tecnologia Web basata su l'HTML viene anche sostituita la maggior parte dell'origine con lo scopo del link, nella tecnologia Web basata sull'XML sarà possibile in futuro per l'autore scegliere tra i diversi modi di comunicare (cfr. i modi di comunicazione nel § 3.4).

- *Modellando i dati semantici* si descrivono semanticamente e funzionalmente i contenuti inclusi nell'ipertesto. A questo livello si possono caratterizzare i link con tre caratteristiche: con l'*origine*, lo *scopo del link* e il *tipo di connessione*, cioè la relazione che motiva il link semantico o funzionale. Quando l'*origine* e lo *scopo* raggiungono sia i moduli interi ("nodes") sia determinati punti nei moduli ("points"), la domanda si divide adeguatamente tra links node-to-point, node-to-node, point-to-point e point-to-node. Il *tipo di connessione* può rimanere non specificato ("links associativi") o può essere spiegato da attributi semantici e funzionali ("links tipizzati", cfr. Kuhlen 1991, 106). I links tipizzati sono un mezzo potente per strutturare gli iperlink e possono facilitare notevolmente sia la definizione di link che la sua spiegazione (cfr. p. es. Hammwöhner/Kuhlen 1994). Dal momento che l'HTML non sostiene i link tipizzati, in seguito verranno abbandonati.

Una categorizzazione comune ai link nel WWW è quella che segue la posizione relativa allo scopo:

- *i link interni* connettono uno con l'altro i moduli dello stesso sito. Nella fig 4 (pag 96) nelle poesie trattate da Jandl ci sono p. es. parole visibili nella parte sinistra che si collegano con link interni ad associazioni

tematiche visibili nella parte destra dello schermo; nell'esempio dato si tratta di associazioni con la parola "männchenmeere".

- *I link esterni* escono dal sito. Nella fig 5 (pag 101) un modulo indicato di una biografia ipertestuale pubblicata nel MIT-Press da Noam Chomsky (Barsky 1997) porta p. es. un link esterno da sinistra sotto gli indicatori di link posizionati "Harris: the Revolutionary..." a un saggio redatto da B.E. Nevin memorizzato nel sito dell'università di Manchester.

Sul piano funzionale e operativo i links si possono suddividere in links di navigazione e tematici. Inoltre, i *link di navigazione* servono soprattutto per giungere a un modulo relativo al contenuto e a un modulo relativo alla struttura (una homepage o un prospetto grafico della struttura). I *link tematici* al contrario connettono i moduli relativi al contenuto secondo punti di vista contenutistici o retorici.

3.2. La caratterizzazione del link: dovere e opzioni di organizzazione

La selettività e l'individualizzazione della ricezione sono vantaggi definitivi dall'ipertesto: gli utenti giudicano secondo la stessa preferenza e interesse, quale dei link offerti da un modulo possono esaminare e cercano il loro cammino di ricezione individuale attraverso la rete dell'ipertesto. Affinché gli utenti possano trarre vantaggio anche dalle possibilità di scelta gli indici dei link disponibili devono naturalmente essere identificabili anche come tali, cioè l'autore deve provvedere a ciò che gli utenti devono riconoscere, gli oggetti visibili sullo schermo che fungono da indicatori di link. Per questo compito sullo schermo sono a disposizione molti tipi di oggetti: i più importanti sono i segmenti di testo (parole o gruppi di parole), le grafiche, le grafiche animate (animated gifs) e le grafiche sensitive (image maps).

3.2.1 I segmenti di testo (le parole o i gruppi di parole)

Nell'HTML ci sono segmenti di testo che sono indicati come indici di link riconoscibili dal browser dalle proprietà di colore e dalla tipografia. La prima generazione di browser caratterizzò l'indicatore del link con il colore e la sottolineatura blu. Nel frattempo può essere influenzato tanto dalla tipografia quanto dal colore e certamente anche dall'autore (sulla codificazione HTML) e dal ricevente (sugli adattamenti del browser).

Gli indici dei link di testo possono essere parte di liste di navigazione, cioè dell'ambito dello schermo nel quale sono rappresentati gli indici dei link come i componenti più importanti di un ipertesto. Gli esempi sono gli indici di link "Audiobooks", "Stöbern" della libreria on-line Amazon indicata nella fig 3 (pag 92). Essi contraddistinguono di volta in volta le rubriche con le quali si classificano le offerte disponibili.

Gli indici dei link di testo possono anche essere rilegati in parti di testo più grandi con cui si possono distinguere due procedimenti di rilegatura:

- Con i *metodi metacomunicativi* si esprime il servizio dell'ipertesto e si tematizza la funzione di distribuzione degli indici dei link. Spesso serve anche l'espressione deittica "qui" come punto di lancio di un altro modulo: un esempio si trova nella precedente fig 3 (pag 92): "Se voi siete da noi per la prima volta, cliccate qui per favore".

- Con i *metodi che integrano il testo* l'indice del link è un segmento ininterrotto di un testo. Esempi di questo procedimento nella fig 3 (pag 92) sono i segmenti del testo "Mason und Dixon", "Belletristik, Kunst & Kultur", "Griff über den großen Teich". Gli indici del link che integrano il testo hanno una doppia funzione nell'ipertesto: prima contribuiscono in modo regolare al significato del testo, poi segnalano all'utente che possono fare riferimento a un'informazione ausiliaria per quello che è stato detto nel testo. I testi informativi, inoltre, danno un contributo importante alla spiegazione del link (v.s. 3.3).

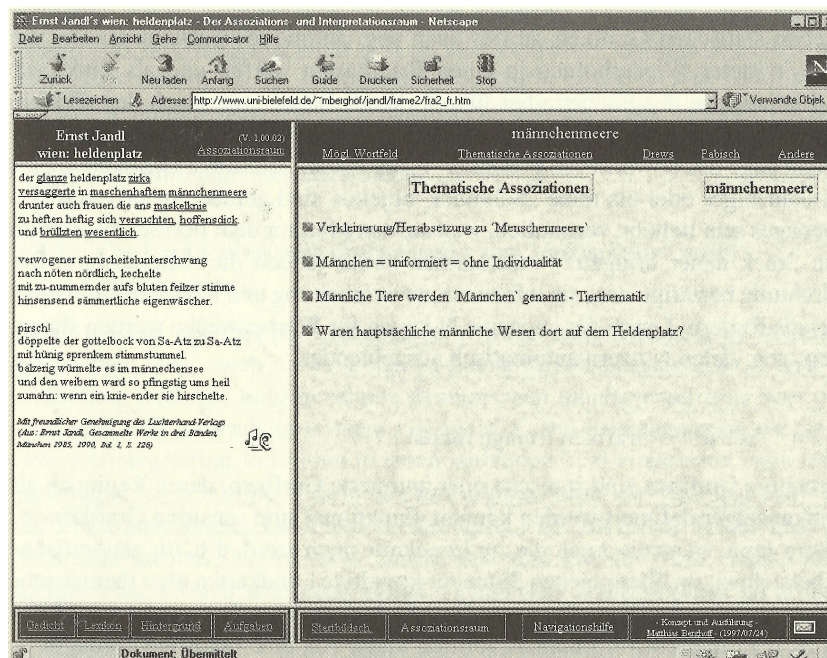


Figura 4: ambito d'associazione in una poesia di Ernst Jandl (cfr Berghoff 1997).

3.2.2 Grafie

Nell'HTML è possibile collegare i dati grafici in diversi formati come indici di link; questa possibilità si sfrutta soprattutto per i link di navigazione. Nel WWW si sono prodotte convenzioni per connettere le

grafie con un determinato obiettivo del link o con le funzioni, p. es. la lente indica soprattutto la funzione di ricerca interna al sito, le grafie con la casa portano alla homepage del sito, ecc. Anche l'orecchio rappresentato nella fig 4 (pag 96) sotto a sinistra deve avere buone chance per una giusta interpretazione come indice di link per la versione parlata della poesia di Jandl, che si trova al centro della frase attivata da Matthias Berghoff (Berghoff 1997), anche se la nota musicale è in realtà inopportuna. Altri segni grafici hanno delle funzioni specifiche d'applicazione, così p. es. nella fig 3 (pag 92) si trova il carrello della spesa in alto a destra per indicare una funzione che indica tutti gli articoli da poter acquistare da parte di un utente nella libreria on-line che ha visitato.

3.2.3 Grafie animate (*animated gifs*)

Accanto alle grafie statiche ci sono anche le cosiddette grafie animate: le lettere che si gettano in continua ripetizione in un cestino dei rifiuti e portano come links all'indirizzo e-mail di chi aderisce al sito; i piani pubblicitari che secondo il principio della pubblicità a catena portano con lo sport scritte intercambiabili collegate alla homepage del prodotto concorrente. Le grafie animate, come indici di link o come puri oggetti "di abbellimento", sono preferite proprio dalle homepages, probabilmente perché avvicinano il monitor un po' di più allo schermo della televisione. Studi di utenti hanno tuttavia confermato il timore palese che non incrementano esattamente il lavoro d'informazione e la concentrazione, e con l'invio massiccio di pubblicità vengono chiusi automaticamente da molti utenti.

3.2.4 Grafie sensitive (*image maps*)

Le grafie sensitive sono grafie statiche o animate, i cui limiti possono essere definiti come indici di link. Le grafie sensitive sono prima di tutto funzionali, non prima che l'analogia faccia uso della carta geografica, cioè per le tavole geografiche, in senso figurato per la carta geografica cognitiva sulla regione tematica, per la rappresentazione della totalità, sulle cui parti si possono richiedere informazioni più dettagliate con un clic del mouse. L'homepage mostrata nella fig 1 (pag 86) può essere vista come una cartina tematica: le diverse epoche della storia della radio sono inserite nel concetto di organizzazione totale e possono essere esplorate più dettagliatamente con un clic del mouse nelle regioni corrispondenti. L'utente stesso deve scoprire dove si trovano i posti di lancio mentre passa con il mouse sulla grafia e fa attenzione ai cambiamenti per visualizzare l'indicatore del mouse.

3.3 *La spiegazione del link: il dovere e le opzioni della forma*

La selettività e anche l'individualizzazione significano naturalmente che gli utenti dell'ipertesto devono decidere ogni volta quale link proposto devono seguire su un modulo. I surprise-links, ovvero i link con scopo incerto, possono avere la loro attrattiva con un ipertesto giocoso. Per gli utenti del WWW che dovrebbero richiedere molte o informazioni il più velocemente possibile su un tema, al contrario è estremamente d'aiuto sapere dove porta un link, quale aspetto delle origini del link è collegato con il suo scopo e cosa ha persuaso l'autore a offrirlo (cfr. anche Bucher 1999, 22s). Più questo chiaramente migliora, più velocemente l'utente può riconoscere quali link sono importanti per il suo fabbisogno. Nel WWW questo è particolarmente importante poiché esso dura relativamente a lungo fino a che lo scopo del link rimane sullo schermo. L'autore dovrebbe

fornire perciò possibilmente delle informazioni molto dettagliate sullo scopo e sul tipo di link; per questo egli ha fondamentalmente tre possibilità, che possono essere combinate.

3.3.1 La spiegazione si desume anche dall'indice di link

Per lo più questo è il caso vicino agli indici dei link sottoforma di navigazione, in visione strutturale (cosiddetta “web views”) o negli elenchi dei contenuti, p. es. in quelli della fig. 2 (pag. 88) che nella parte sinistra mostra l'elenco dei contenuti del sistema d'informazione grammaticale GRAMMIS. Con gli indici dei link installati secondo un metodo che integra il testo in un'altro corrente, anche il contesto contribuisce naturalmente a costituire lo scopo e il tipo di link. Nel dato contesto si può risolvere facilmente quello indicato nella fig. 3 (pag. 92) dietro agli indici di link “Mason und Dixon” o meglio dietro il link “Griff über den großen Teich” si nasconde il libro omonimo. Tuttavia, il testo avvicina con metodi integranti– al contrario di quelli metacomunicativi – l'indice del link al carico maggiore per spiegarlo e spesso si pretende il compito di indurre a false aspettative o di rimanere vago. Chi sa che molti browser indicano nella loro lista di status l'URL come scopo del link, se si va con il mouse sull'indice o si agisce su un link se si tratta del suo scopo di un dato del testo, di una figura, di un tono o di un dato video. Così si può distinguere che nella fig. 1 (pag. 86) sotto l'URL è presente lo scopo del testo di un dato HTML appartenente allo stesso ipertesto.

3.3.2 La spiegazione viene adottata più che altro dal contesto dell'indice di link

Questo è soprattutto il caso degli indici dei link testuali, che sono collegati secondo un procedimento metacomunicativo, come p. es. nella frase “Se siete da noi per la prima volta, per favore cliccate qui” [fig 3 (pag. 92) cfr. 3.2.1]. L'indice del link “qui” serve solo a evidenziare il punto di lancio; dove porta il link e a che cosa viene applicato, deve essere desunto dal contesto. Spesso le grafiche vengono commentate con dei significati non convenzionali attraverso il contesto; questo si ha di solito con le grafie sotto forma di navigazione o di homepages, nelle quali il testo e la figura sono interessati in un intreccio che si incastra scambievolmente.

3.3.3 La spiegazione avviene con l'aiuto delle etichette dei link

I browser più moderni non inseriscono alcuna etichetta-link quando l'utente si muove con il mouse sull'indice del link. L'autore può così munire l'etichetta di dicitura e il ricevente può avere una figura precisa sul tipo di rimando e il tipo di indicatore del link. Nella fig. 1 (pag. 86) l'utente può apprendere che la figura dell'apparecchio radio economico è un portatore di link che porta ai moduli dell'ipertesto, che si occupano della storia della radio nel periodo nazifascista 1933-45. Le etichette dei link sono abbastanza utili per le grafie sensitive e per le pagine complessive, nelle quali molti link possono essere collocati in un concetto di organizzazione grafica, che sarebbe interrotta da un lungo blocco di testo.

3.4 *La posizione del link*

La posizione di un indice link dipende da molti fattori. I link di navigazione sulle homepages e i prospetti della struttura, che lavorano con le grafie sensitive, vengono disposti particolarmente su punti di vista estetici. L'arte formatrice consiste nell'evidenziare l'indice del link nel suo margine, senza suddividere la figura d'insieme; l'homepage della fig. 1 (pag. 86) può essere vista per questo come un esempio riuscito. I link di navigazione si possono applicare il più possibile a una posizione prominente; a causa delle imponderabilità dello stato dello schermo e della lunghezza d'onda meglio nella parte superiore o nella parte sinistra poiché le pagine si costruiscono dall'alto in basso e lo schermo in caso di dubbio viene diviso in basso e a destra.

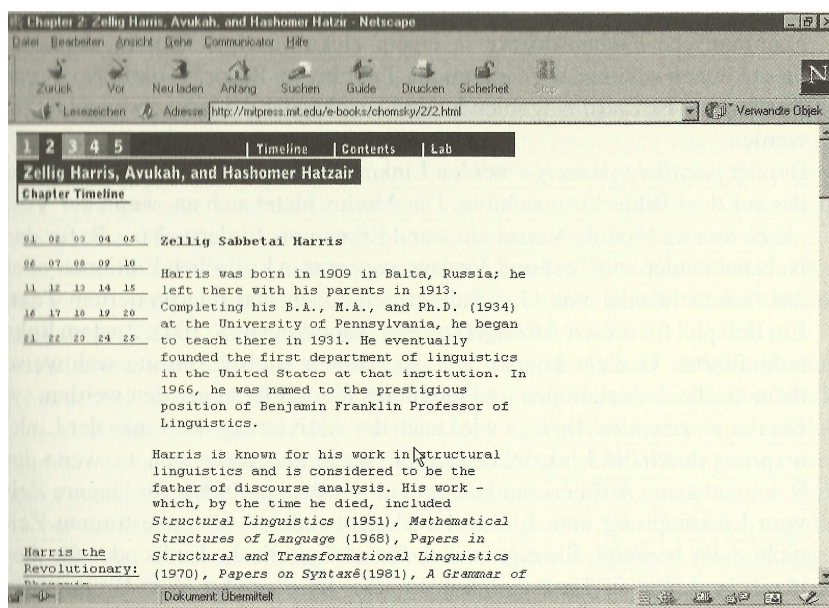


Figura 5: Modulo da una biografia dell'ipertesto tratta da Noam Chomsky (Barsky 1997).

Per i link tematici ci sono due alternative:

- Alla *posizione integrata* sono legati gli indicatori link del testo corrente, sarebbe attraverso metodi metacomunicativi o integranti il testo. Gli indici di link testuali sono sistemati e integrano i moduli mostrati nella fig. 2 (pag. 88) e nella fig. 6 (pag. 106).

- Con la *posizione separata* i link sono messi al sicuro alla fine del testo o al margine di pagina. Gli indici dei link testuali sono collocati separatamente nella biografia dell'ipertesto mostrata nella fig. 5 (pag. 101), infatti sono messi al sicuro sul bordo sinistro dello schermo.

La scelta tra queste alternative dipende dal modo di inserzione in cui appare il modulo dello scopo. Kuhlen (1991, 16) divide tre modi di inserzione:

- Con *l'inserzione installata* viene inserito lo scopo del link o al posto di questo nel documento o in una piccola finestra pop-up posizionata all'origine del link. Questo modo si offre per piccole informazioni supplementari che possono essere d'aiuto al ricevente per capire meglio i passaggi testuali che si trovano nell'attuale ambito di attenzione, come p. es. per le definizioni di termini tecnici, le figure illustrative e per gli esempi che sostengono un esito di conversazione per le note a piè di pagina e i dati letterari. Un esempio per questo tipo di avviso lo mostra la fig. 2 (pag. 88): nella grammatica ipertestuale GRAMMIS sono scomposte le espressioni tecniche grammaticali in un glossario elettronico; queste possono essere inserite durante la lettura della grammatica in caso di bisogno nella finestra pop-up che si trova sopra e alla fine vengono "nuovamente cliccate".

- Con i *segnali paralleli* le origini e lo scopo del link possono essere messi uno accanto all'altro sullo schermo. Il modo si offre quando il paragone favorisce i due moduli di comprensione e riconoscimento; quindi p. es. per la vicinanza di testi e apparato di variazione nelle edizioni critiche o la vicinanza di interpretazioni di poesie e di testi da interpretare. La fig. 4 (pag. 96) mostra un esempio di questo tipo di segnale: alla poesia

rappresentata sulla sinistra possono essere richiamati sulla parte destra dello schermo associazioni tematiche a scelta e possibili campi semantici.

- Con i *segnali di sostituzione* lo scopo del link viene sostituito secondo l'attivazione del link e della sua origine. Questo modo si ha quando il ricevente vorrebbe spostare la sua attenzione definitivamente o per lo meno per un tempo più lungo dall'origine allo scopo del link per un tempo indefinito non più necessario. Essi si adattano ai link di navigazione o a quelli tematici in raccolte che sono pensate proprio per questo punto come una specie di bibliografia web, per portare il ricevente a documenti interessanti di un tema o di lasciarglielo riscoprire indisturbato. Esempi di questo tipo di segnale sono i link nei moduli mostrati nella fig. 5 (pag. 101) e nella fig. 6 (pag. 106).

Per la scelta tra la posizione che integra e separa si possono formulare le seguenti regole base: con la visualizzazione parallela e installata non è problematica la posizione integrata, è addirittura desiderabile, poiché con la richiesta – e certamente solo con essa – si visualizzano le informazioni che portano un commento e quelle che portano un'integrazione, senza togliere il principio del link dal campo visivo. Al contrario con la visualizzazione cambiata dovrebbero essere installati i link integrati con cautela, poiché c'è pericolo che il ricevente interrompa la sua lettura dando posto alla visualizzazione del link e scelga il modulo successivo. Che egli legga sempre alla fine il modulo originale è improbabile soprattutto in seguito se si tratta di un link esterno che porta a un altro sito con altri link interessanti. Per evitare l'“effetto cappuccetto rosso” i link dovrebbero essere posizionati o meglio separati dalla visione sostituyente. Questo vale particolarmente per le offerte di apprendimento-online con le quali l'utente deve conoscere l'unità di apprendimento presentata nel modulo, soprattutto per poter trarre vantaggio da altre offerte di approfondimento e di esplorazione.

3.5. Le regole di stile per la relazione con i link

Chi guarda⁴ alle guide di stile per il WWW sulla domanda d'organizzazione del link in generale trova poche risposte valide. Nella migliore delle ipotesi vige l'unità che la conformità della decisione di scelta dipende da quale obiettivo si segue con l'“entrata” nel WWW, a quale pubblico si vorrebbe preferibilmente rivolgere la parola, con quale supporto tecnico e quale pratica dell'ipertesto si potrebbe contare con questo e non per ultimo quali risorse temporali, tecniche e personali si potrebbero avere a disposizione. Lo stile è relazionale, questo vale anche e proprio per l'organizzazione delle presentazioni ipertestuali per il WWW.

Un autore dell'ipertesto nel WWW con il suo sito non mostra solo la sua capacità linguistica, ma anche la sua competenza nella giusta relazione con i nuovi mezzi. La competenza dei mezzi ha tuttavia due aspetti: da una parte si dovrebbe vedere che ci si riferisce alla realizzazione del WWW nella condizione più moderna e si può determinare le possibilità. Dall'altra devono essere prese in considerazione per la conversione tecnica e per la formulazione linguistica le norme e l'idea dei valori di internet. Per questo sono determinanti le “Netikette” e per quanto riguarda il design del WWW l'idea che gli specialisti si sono fatti supera tutti i tempi per il buon nome con delle offerte disponibili gratuite e di alto valore. Sottili differenze possono spostare il significato stilistico. Un esempio: la forma classica della caratterizzazione degli indici dei link testuali, di colore blu e sottolineato, può essere inteso in due modi: o come ignoranza influenzata dal layout di fondo del link con gli attributi HTML corrispondenti, o come semplice selezione coscienziosa che rinuncia alle frivolezze multimediali, per rendere accessibile l'informazione anche all'utente il cui modem è lento e la tecnica invecchiata e per non caricare nella rete le risorse di trasmissione, per intero

⁴ Vengono utilizzate: Lynch/Horton 1997, Morkes/Nielsen (1997), Pfaffenberger 1997, Siegel 1997, Degener 1998, Münz 1998, Nielsen/Fox/Schemenauer 1998, Bricklin o. J., Karzauninkat o. J.

nel senso del valore delle netikette commercializzate. L'arte del design semplice adesso consiste nel collegare i segni d'impostazione, nel provare la competenza tecnica senza sprecare risorse e con questo infrangere la netikette.

Alcune regole valgono per la caratterizzazione del link e la spiegazione del link parzialmente indipendente dallo scopo e dalla relazione dell'utente. Così è evidente la caratterizzazione dell'indice del link con delle brutte sottolineature e non si può neanche attivare. Tuttavia il mezzo della sottolineatura nel WWW è associato in modo forte allo status di un indice link, che sconsigliano di sottolineare per i segmenti del testo nel WWW che non sono indici link.

Come stile scadente vengono valutati i procedimenti metacomunicativi per caratterizzare il link. L'utente informato, così argomentano le guide di stile, non dovrebbe essere distratto dalla metacomunicazione dal contenuto. Questo vale come arte alta dell'organizzazione del testo nel WWW, di non tematizzare il servizio dell'ipertesto, ma di spiegare lo scopo del link con il portatore di link forte di testimonianza e integrante il testo. La barra di start e gli altri metodi metacomunicativi della caratterizzazione del link spesso sono da ricercare nelle homepages, questo meraviglia poco anche gli altri, che presentano per i nuovi partecipanti i tipici segni di stile. Per gli utenti che ancora hanno delle difficoltà con le nuove forme di recezione, il metodo metacomunicativo è una strategia semplice per portare i riceventi sicuramente al punto di partenza. Complessivamente non dovrebbe, a mio avviso, essere assunto criticamente il disprezzo globale del metodo dal punto di vista della teoria del testo e della comunicazione. In alcuni casi il metodo metacomunicativo è il più appropriato, perché deve poter fare a meno proprio dello stato attuale del WWW e dei link ancora tipizzati ed espliciti.

Le grafiche come indicatori di link sono ben comprensibili se si è sviluppato per la loro funzione già convenzioni specifiche del web. Del

resto le grafiche dovrebbero essere tagliate nelle forme di navigazione con il testo, nel quale sono compiuti il tipo e lo scopo del link. Chi eccessivamente costruisce sulla somiglianza tra la grafica e lo scopo del link dovrà contare su una forma di documento strutturata in modo molto astratto e complesso per un pubblico internazionale e multiculturale con malintesi e incomprensioni. Le grafiche sensitive soprattutto danno alle homepages e al prospetto della struttura un design gradevole. Poiché questi devono essere aperti e fondati sul loro segnalatore di link prima con il mouse, presuppongono una buona pratica del web da parte del pubblico. In ogni caso sono una buona scelta per un pubblico che valuta più la bellezza che la forma come brevi tempi di caricamento come p. es. per gli ambiti dei mezzi di comunicazione e dell'arte.

La caratterizzazione il più possibile esplicita di portatori e scopi di link sono una richiesta per gli utenti, che con un fabbisogno di informazione definito più o meno chiaramente ricercano un sito e ci si raccapezzano il più velocemente possibile con poco dispendio di tempo. Nell'ambito della cosiddetta iperfiction e negli ipertesti sperimentali gli autori possono sistemare il loro visitatore sulla gioia di scoprire e sul desiderio di giocare e perciò pongono sul non esplicito la sorpresa. Gli ipertesti della biblioteca immaginaria (cfr. fig. 6 pag. 106) vivono p. es. proprio di questo, sul fatto che i portatori di link rendono possibile solo delle vaghe posizioni di attesa sullo scopo del link e suscitano con questo la curiosità dei riceventi. La scarsa spiegazione del link è anche qui proprio il principio base.

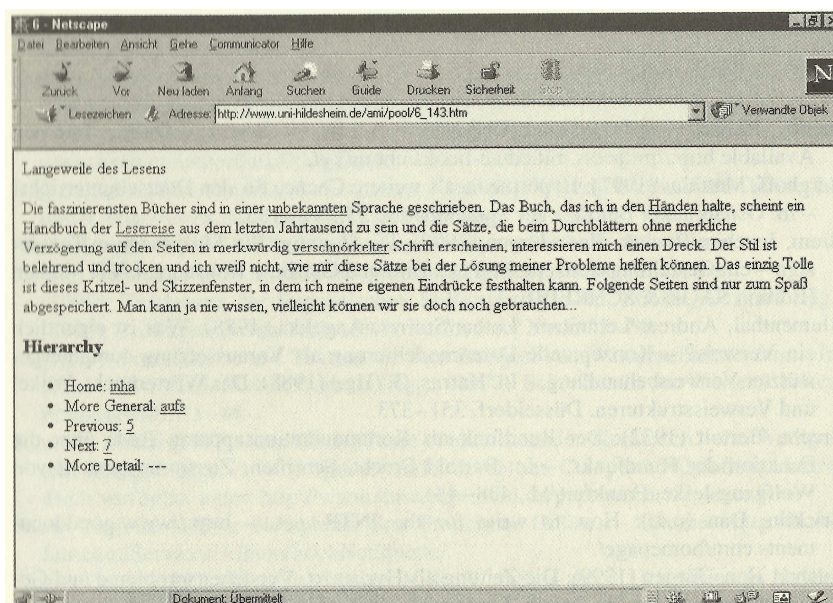


Figura 6: Un modulo dalla “Biblioteca immaginaria”

La posizione dei link dipende molto dal contesto. Accanto all'interdipendenza del modo di visualizzazione menzionata nel § 3.4 la separazione dipende dalla sistemazione dello scopo, dal pubblico rilevato, dal genere e dall'estensione della presentazione. Una regola che si estende riguarda il numero di link da collocare: il “forced march” (Pfaffenberger 1997, 45s), sul quale un autore può mandare il suo lettore, mentre egli offre pagina per pagina solo un unico link alla pagina successiva, vale come inadeguato. E si aggiunge questo: in fondo il punto forte dell'ipertesto è proprio quello di sostenere la ricezione selettiva dei percorsi definiti dall'utente. Un sito organizzato in modo logico e monosequenziale tiene il ricevente notevolmente più forte sotto la propria influenza come un libro organizzato in maniera monosequenziale, con il quale i lettori sfogliano sempre le pagine, partecipare biicamente, saltare qua e là e già la fine può essere anticipata. Perciò le stesse interpretazioni ipertestuali e le unità d'apprendimento dovrebbero offrire le possibilità di approfondimento e di ramificazione. Chi non può combinare con la conversazione alcun plusvalore con il testo stampato dovrebbe piuttosto rinunciare all'ipertestualizzazione e il WWW nella sua funzione giovare come distributore di dati, cioè offrire il documento come totalità d'espressione.

Ulla Fix

Le aperture allo stile come unità semioticamente complessa.

Tesi, commenti ed esempi.

Noi siamo convinti di sapere

che in una cultura tutto parli ...

(Foucault, "Le parole e le immagini").

Ponendo l'invito per questo colloquio è stato criticato il fatto che i cambiamenti dei tempi possono anche essere una delle cause di ricerca che riassume e dà un inizio al panorama sui compiti futuri. Da questo ambito partono le mie riflessioni per estendere il concetto di stile come fenomeno linguistico, come finora è stato applicato dalla linguistica, a un concetto stilistico semiotico, che ne include anche altri oltre ai segni linguistici e alle relazioni di segni che costituiscono i rispettivi testi (cfr. Spillner 1995, Fix 1996). Nei limiti ristretti di questo articolo mi devo limitare a formulare tesi che possono essere commentate e sostenute con brevi esempi di analisi.

Tesi: noi ci serviamo di un concetto di stile ampliato da un sistema di segni non linguistici.

Per queste riflessioni ci sono, dal mio punto di vista, almeno tre motivi (correlati). Il *primo motivo* è la stessa opinione pragmatica dello stile, il concetto della Sandig di stile "come forma sensata" (Sandig 1986, 14) è

applicato e riferito ai segni pragmatici visti in un “senso sociale” (ibidem 23ss.) come anche l’interpretazione allo stesso modo immagazzinata da A. Assmann (1986, 127) dello stile come “mezzo per comparare la visibilità sociale”. Lo stile è applicato alla visibilità, alla percettibilità attraverso i segni disponibili a tutti gli interessati. “All’interno della società umana, che è pur sempre una società di osservatori, lo stile viene concepito per essere esaminato.” (Soeffner 1986, 319). Se si considera che anche altri segni linguistici forniscono un significato visibile, non si può fare a meno di riprendere questi “altri” segni anche nel concetto di stile, ma solo nel concetto di Soeffner che descrive implicitamente un concetto stilistico semiotico, e dichiara che “lo stile è parte di un ampio sistema di segni, simboli e rimandi a un orientamento sociale” (1986, 318). I segni dei diversi codici sono intesi per interagire uno con l’altro. Si può offrire con un’analisi (stilistica) di tale importanza degli insiemi di segni, simboli e rimandi, come quelli che abbiamo sempre visto in un testo, e non rimuoviamo assolutamente *un* codice con noncuranza, e non si distruggeranno *tutti* i segni con l’offerta di un’opinione prodotta e il processo di produzione del significato sarà riferito a *tutti* i segni nella ricezione, la semiotica. Qui, estendo il concetto della Sandig sulla dichiarazione che concerne il testo linguistico (1986, 29), che “anche il mezzo e i modi di produrre testi limitati al canale [...] possono essere stilisticamente importanti” per i “modi di produrre testi” non linguistici. I segni non linguistici, che p. es. nello scritto sono immagini, elementi tipografici, colori, tipi di carta, superfici, linee, ecc. (Lempp 1984, Schellnack 1994), nell’orale l’uso della voce, la mimica, la gestica, la posizione del parlante nello spazio (Fischer-Lichte 1998) e costituiscono con i segni linguistici l’offerta del significato di un testo. Così non c’è alcun diritto per escludere la parte dell’immagine presente, p. es. nei testi delle istruzioni per l’uso empirico molto spesso e spiccato dalla considerazione della linguistica del testo e della stilistica. I diversi complessi di segni – qui

quello linguistico e là quello figurativo – possono essere conciliati in modo preciso uno con l'altro, tanto che il comprendere la parte linguistica per quella figurativa è assolutamente avviata e al contrario (cfr. Spillner 1995, 71) Hausenblas (1977, 148) fornisce una terminologia con la quale si possono descrivere i testi che si basano sui molteplici codici. Accanto ai testi “linguali” egli pone quelli “extralinguali” e quelli “misti”, questi ultimi “con il dominio dei testi linguali o di quelli extralinguali”. Mentre nel nostro contesto i testi “extralinguali” costituiscono piuttosto una bordatura, i testi “misti” ci devono interessare – qui si arriva al *secondo motivo* del concetto di stile semiotico -, poiché si deve registrare un aumento di tali combinazioni, anche e proprio con il dominio dei mezzi extralinguali (p. es. nei testi pubblicitari, in quelli di annunci e in quelli della cultura giovanile). L'interesse per i segni visivi nella comunicazione – della tipografia portatrice di senso (Schellnack 1994), linee, colori, proporzioni (Langer 1979), tabelle, curve, immagini e modelli (Pörksen 1997) – cresce in misura finora sconosciuta. Gli inventari per le descrizioni per i non parlanti sono ancora necessari¹.

I segni digitali e quelli analogici non stanno solo *l'uno accanto all'altro*, ma operano *l'uno con l'altro* e vengono recepiti in questa cooperazione, essi si avvicinano, e questo è il mio *terzo motivo* a un concetto sovralinguistico di segni, partono da una scomposizione effettiva dei testi linguistici in un testo *multimediale* e quindi conformano gli strumenti di ricerca. Gross (1994, 1) segnala “che leggere come comprensione di testi non si può suddividere in elementi visivi e cognitivi”, e noi leggiamo i testi linguistici anche come figure (il testo come “base di lettura”, ibidem 65), anche nella sua visualità, e noi possiamo comprendere

¹ La necessità dell'attività con i non parlanti si descrive allo stesso modo per la vista dei filosofi come per la vista dei linguisti. Welsch (1988, 42s.) fa notare che nelle “forme di vita postmoderne [...] si arriva alla capacità di transizione tra forme d'azione e costellazioni di realtà”, quindi anche sulle transizioni tra verbale e visuale, e Schmitz (1998, 160) rende comprensibile il compito che oggi giorno se ne può deviare per la linguistica: “Se i filologi non vogliono essere solo guardiani di eredità culturali tramandate per iscritto, allora si devono predisporre alla crescente integrazione di parola e scritto nella creazione multimediale dei segni”.

le figure come testo anche in modo convenzionale e digitale (la figura “per convenzione come struttura di segni codificata”, ibidem 89). Se non si possono separare i fenomeni nella ricezione, si proibisce naturalmente una tale separazione anche quando si tratta di definire il concetto e naturalmente anche l’analisi.

Tesi: la semiotica era consigliabile come teoria guida di un modo per iniziare un complesso di segni di diversi codici col significato di fenomeno unitario di tutti i significati e le comunicazioni.

Si accetta l’idea della “parità di trattamento” e si conviene in ciò con Eco, che tutti i segni culturali e stabiliti e quindi tutti i processi culturali sono da intendere come processi di comunicazione e di segni, per poi richiedere la classificazione nella semiotica, e possono essere associati reciprocamente tramite i diversi modi dei processi e sistemi dei segni. E si può, se si riconoscono come Eco i segni della cultura, capire anche i loro cambiamenti culturalmente limitati. Lotman (1990, 287) allarga ancora il concetto quando propone “di avanzare olisticamente e di esaminare la totalità di tutti gli utenti dei segni, dei testi e dei codici di una cultura in un ambito semiotico: una “semiosfera”, che permette il processo dei segni”.

Nell’ambito fondamentale (la semiosfera U.F.) si trovano i sistemi dei segni dominanti, dove si conciliano in modo elaborato uno dopo l’altro l’utente dei segni, dei testi e dei codici. Alla periferia appartengono gli utenti dei segni che hanno appena in comune un codice, i testi, che sono incomprensibili, poiché i loro codici sono andati perduti, e i codici, che sono eterogenei e frammentari (ibidem).

Quindi, quest’ultimo può valere come riferimento alle proporzioni che si possono capovolgere, e ciò che per il nostro concetto di stile riferito ai

testi linguistici era periferico – p. es. la tipografia – si trova al centro e può ottenere un significato più ampio.

La previsione di Lotman non è utile solo a questo, perché include gli interessati come operanti, ma anche e soprattutto perché ammette con l'idea di centro e di periferia, i fatti in relazione; cioè osservarli dopo la loro dominanza. Senza dubbio si trova, se si tratta del nostro ambito culturale di comunicazione, il codice digitale dei segni linguistici all'interno dei segni della nostra semiosfera, mentre i codici analoghi/visuali della nostra cultura come appunto le figure, i colori, la tipografia, la gestica e la mimica sono arrivati notevolmente avanti, anche se sicuramente ancora in un ambito centrale. Tuttavia, in primo luogo dobbiamo prendere atto che i codici arrivati estremamente avanti antepongono il centro: "Noi siamo una società che argomenta visivamente" (Pörksen 1997, 14, 18; cfr. anche Welsch 1988, 41; 1993 e Schmitz 1998). Con un'impostazione semiotica questi spostamenti possono essere presi all'interno della dominanza. Questo e altro dovrebbe essere manifestato come esempio della tipografia.

Le lettere della scrittura servono tradizionalmente come "utensili" che "dovrebbero fornire le informazioni e le comunicazioni possibilmente senza problemi rendendole accessibili e comprensibili" (Schellnack 1994, 3). Durante tutto il secolo si sono sviluppate con la leggibilità le forme base orientate della tipografia, che forniscono i valori estetici quasi in una funzione stilistica secondaria: "Nella leggibilità si trova anche la funzione dello scritto, nell'esteriorità ottica la forma. Sull'unione di leggibilità e forma si fonda l'organizzazione" (Korger 1994, 13). L'organizzazione che allo stesso modo può operare costruendo degli stili come nell'architettura o nella letteratura (cfr. Tschichold 1965). La funzione base della leggibilità concederebbe una dilazione tra queste condizioni come principio valido al centro della semiosfera. Un'analisi stilistica semiotica dovrebbe esaminare la tipografia con i caratteri "leggibili" dei testi stampati secondo il loro significato stilistico, secondo il loro secondo significato, che si basa

sull'estetica del modo e dell'ordine delle lettere. Ciò non dovrebbe più bastare, ancora oggi, con l'analisi semiotica della tipografia. La funzione delle lettere, del "desiderio semantico" (Gross 1994, 46), della richiesta di bastare in conformità al significato, viene sovrapposto alla parte attraverso il "desiderio semiotico" (ibidem), alla richiesta di percepire la materialità dei segni come offerta figurativa ed emozionale. Quando i segni offrono questo non si possono ignorare ma si deve scoprire il senso nella sua visualità. Un'analisi stilistica semiotica deve cercare il significato principale nell'estetica della materialità dei segni. In Schellnack (1994, 32) si legge:

La tipografia è diventata più audace, è mutata da uno sport ottico estremo, che offre spunti sempre nuovi e sempre più estremi – si parla sempre di scritte più vivaci - ... Il mondo diventa più radicale, vivace, imprevedibile – e lo scrivere insieme a esso. Quali scritte potrebbero esprimere meglio l'incertezza come caos – fonti come il *Beowulf*, il *Reactor* e il *Burroughs*, che trasformano il caos dell'esistenza nella prassi tipografica e tentano di scalzare il diritto di realtà dello scritto e della lingua. Con il *Beowulf* vengono sovrapposti i segni grafici attraverso frammenti bianchi secondo il principio di coincidenza, così che (sic!) non ci sono nella stampa due lettere identiche, il *Reactor* si disgrega con la lunghezza crescente del testo in particelle singole, fino a che lo scritto in fondo diventa completamente illeggibile, e il *Borroughs* trasforma con l'aiuto di un vocabolario generato dal caso ogni testo dettato al computer con la stampa in parole completamente diverse, collegate l'una con l'altra senza senso. La tipografia del design degli anni novanta ha smesso di voler offrire l'idea dove se possibile non ce n'è, essa toglie definitivamente il busto funzionale e sostituisce la trasmissione dei contenuti quasi completamente contro la trascrizione di figure e di emozioni ... ciò che non è da ammettere con uno sguardo, non mormora nel quotidiano impuls-overload, ma deve essere ottenuto combattendo, è senza dubbio per il lettore – proprio attraverso l'atto talvolta dispendioso della de-cifrazione di scritti contorti, righe disordinate e strutture intrecciate – più significativo e più

importante, perché perde l'informazione dello status di semplicità, perché il ricevente viene favorito per superare la sua pigrizia di lavorare con il testo, di incontrare le proprie decisioni, di riporre le priorità e di cercare le interpretazioni.

Esempio di analisi.

Le figg. 1, 2 e 4 (in appendice): un depliant, un tipo di logo per un medicinale e l'etichetta pubblicitaria della bevanda rinfrescante COXXS sono esempi di testi la cui tipografia esige un atto dispendioso della “decifrazione”. Il testo 3, al contrario, presenta una tipografia il cui scopo è senza dubbio quello di creare l'accesso a un contenuto su uno scritto facilmente leggibile. La tipografia del depliant (fig 1) – un tipo di testo di cultura giovanile – sarebbe stato scelto sulla base dell'organizzazione “psichedelica”/Hippie” degli anni '60², che Schellnack caratterizza nel seguente modo:

La tipografia, con una mistura di scrittura straripante, rotonda, organica, colorata, piatta o anche decorata con i fiori e una frase contorta contro il diktat degli angoli retti ... per l'espressione del rifiuto di norme borghesi e di annoiarsi piccolo borghese. (Schellnack 1994, 22).

Si ha bisogno del testo 1 non per leggere, ma per capire qualcosa dello spirito delle offerte. Anche la tipografia del logo del medicinale (2), parte da un tipo di testo che appartiene al quotidiano, come un piccolo quaderno con la forma del foglio pubblicitario di un medicinale, si rivolta “contro la linearità, l'ordine e la neutralità di una tipografia per l'uso unidimensionale” e contrappone alla “autorità della sua forte ideazione alfabetica un uso organico” (Schellnack 1994, 28s.). Le lettere e i simboli (bocca, orecchie, frecce) si trovano una accanto all'altra colorate e un po'

² Io ringrazio Jannis K. Androutsopoulos per il depliant così come per la collocazione culturale della sua tipografia.

naif. Il leggere viene indubbiamente reso più difficile da questa disposizione. L'etichetta COXXS (4) sul lato posteriore delle bottiglie con l'etichetta adatta dell'acqua Margon, dà ancora poco valore alla leggibilità. Ciò segnala abbastanza chiaramente che il nome del prodotto – la parte più importante tanto del testo pubblicitario quanto dell'etichetta – non è indicato completamente. Le lettere iniziali e quelle finali sono tagliate e sono riconoscibili solo in modo rudimentale. I tipi di scrittura dei nomi, inoltre, non sono chiari nel loro contorno, ma sembrano staccati. Danno poche associazioni all'organico come al fascicolo d'ebbrezza, estremo, suscitato dalla grandezza e dalla indeterminatezza e dal forte contrasto di colore bianco, rosso e nero, su questo si dovrà ancora parlare più avanti. Al contrario, queste tipografie hanno valore sulla materialità, la tipografia del testo 3 (etichetta dell'acqua Margon) vuole essere diretta agli acquirenti di ogni gruppo di età, vengono lette “normalmente” e danno inoltre probabilmente connotazioni come la chiarezza e la solidità. La scritta con cui è scritto il nome del prodotto ricorda “le scritte all'uscita della scuola” iniziate nel 1968 nelle scuole della DDR (Korger 1994, 58), quindi una scritta orientata sulla leggibilità. L'etichetta viene impiegata già da lungo tempo nella fabbrica Margon/Burkhardswalde di Dresda. Gli altri tipi più grandi, decorativi di mutamenti depositati di una Antiqua, quindi di un carattere tipografico molto usuale.

Tesi: i concetti linguistici di un testo non sono più sufficienti di fronte a questo sfondo. I testi devono essere esaminati come insiemi di segni di diverse riserve. Lo stile come parte del significato del testo risulta dalla cooperazione di questi diversi sistemi a cui essi appartengono.

Posner (1991) propone questo concetto di testo. Sulla base della sua idea le culture sono sistemi di segni e l'intera cultura – ossia il suo lato sociale, materiale e mentale – deve essere ricondotta ai processi e ai fattori

di segni, egli sviluppa una presentazione del testo che si può usare in una complessa struttura semiotica dei segni. I suoi concetti base sono: ogni opera ha dei segni e questo è da intendere come una funzione provvista e fondata sulle convenzioni di segni di una cultura, e questo è un testo. Gli individui come utenti dei segni e come portatori di una cultura producono artefatti con le funzioni e i significati, cioè i testi semiotici, “testi di una cultura” (ibidem 46). Ciò inoltre significa (ibidem):

Se un oggetto è un testo, allora dipende da tre condizioni:

1. Deve essere un **artefatto**, il risultato di alcuni comportamenti intenzionali.
2. Deve essere uno **strumento**, deve offrire una cultura, nella quale domina una convenzione, che gli conferisce per lo meno una funzione.
3. Deve essere **codificato**, deve offrire una cultura nella quale vale un codice, che gli assegna uno o più significati.

I testi “misti” nel senso di Hausenblas sono, quindi, una conseguenza dei comportamenti intenzionali, degli artefatti nei quali cooperano più di un codice e di una cultura con funzione unitaria.

Se si concorda con questo significato del testo, si approva anche che l'unitarietà a cui siamo abituati ad attribuire allo stile come condizione (Sandig 1986, 114ss) può essere compresa soltanto come fenomeno multimediale.

Pertanto si deve prendere in considerazione anche l'efficacia analoga all'analisi stilistica e ai segni non discorsivi (Langer 1979, 86ss), il fatto è che noi percepiamo la diversità in modi diversi ma allo stesso tempo reciproci: i segni linguistici e le descrizioni visive (Gross 1994, 57). Si può contestare che gli elementi visivi abbiano anche una grammatica, che può seguire nell'analisi e nella descrizione. Jakobson (1969) non la mette in

dubbio, e valeva la pena provare e quindi stabilire le difficoltà, le grammatiche come i vocabolari di questi codici non linguistici³. Cosa si potrebbe ancora verificare con l'aiuto di questi codici nella tipografia esterna come esempio delle seconde etichette?

Esempio di analisi – proseguimento.

Vicino al modo di scrivere hanno un ruolo importante anche l'ordine delle lettere, i colori, le figure e i simboli. Il testo 3 è dotato di uno sfondo blu. Il blu in araldica ha un significato, percepito duramente, di traslucido/trasparente/sensibile alla luce (Jean 1994, 184), nella teosofia è connotato con la spiritualizzazione (Gage 1994, 248) e ai nostri giorni sicuramente con la chiarezza, la freddezza, l'aria pulita e l'acqua pura. Questi concetti legati ai colori vengono confermati dagli elementi figurativi. Le onde si trasmettono propagandosi in modo circolare e allo stesso modo l'impressione di chiarezza, a questo punto quello della regolarità dell'allegorico, può essere accettata in modo attendibile. La striscia di scrittura nera tirata, un elemento formale e tradizionale, come lo stemma, porta il nome del prodotto scritto in maniera scolastica. La scritta è bianca, ciò personifica tradizionalmente l'abbondanza luminosa, e quindi il piano della chiarezza, come mostrano anche i segni di scrittura. Il bordo è argentato e connota la signorilità. I segni linguistici hanno il carattere del linguaggio tecnico. Si può *naturalmente* trovare solo una connotazione emozionale, nel sapere certamente che *naturalmente* qui è usato allo stesso modo anche come linguaggio tecnico.

Nel testo 3 troviamo inoltre come segni speciali e complessi uno stemma. Gli stemmi fungono da segni di riconoscimento per le persone o i

³ Poiché non è possibile nell'ambito di questo articolo mostrare anche solo con *uno* dei sistemi di segni, come la sua grammatica, possono essere colte come sue convenzioni, mi limito a chiamare esemplarmente la letteratura, che potrebbe offrire la partecipazione: Lempp (1984); tipi di carta; Gage (1994); colori; Korger (1994); tipografia; Schellnack (1994); tipografia degli anni novanta; Fischer-Lichte (1998); sistema di segni della lingua dei corpi.

gruppi di persone e constano di combinazioni e forme, colori e simboli. Qui si scopre come simbolo la croce di Malta, un elemento tradizionale di ordine, e i colori con un significato simbolico e tradizionale. Il giallo (che nello stemma rappresenta il color oro, cfr. Klebe 1989, 62), rappresenta la luce (Jean 1994, 184), il rosso il fuoco. Nel passato questi colori erano riservati agli stemmi principeschi. I simboli e i colori connotano, quindi, insieme la nobiltà, il sublime e la tradizione.

Il testo 4 si pone in primo luogo contro il testo 3 soprattutto per il fatto che la qualità della lingua supera la visualità. Non si può fare a meno di cercare di pronunciare la parola COXXS e notare con questo tentativo l'intensità che viene comunicata dalla doppia X, una combinazione di segni che del resto anche le associazioni con gli altri fenomeni giornalieri, infatti, suscita il contrassegno "più estremo" della grandezza di confezione – XXS e XXL –. Ci si sforza di pronunciare veramente la doppia X e questo suona come un'esplosione. Anche i colori hanno un effetto esplosivo. Il nero può essere associato alla malvagità (Gage 1994, 248) o anche al potere così come alla protesta contro il mondo (Soefner 1986, 326s). Il rosso si associa all'orgoglio, alla collera e alla sensualità; il giallo alla luce; il bianco alla trasparenza (v.s.). Nel contesto della tipografia, della fonetica e della combinazione dei colori è evidente un'interpretazione nella direzione della protesta e della collera, proprio nel senso di ciò che Schellnack (v.s.) comunica per lo spirito del tempo, che si pronuncia nella tipografia della cultura giovanile. L'etichetta pubblicitaria è in attesa, così come si può interpretare, di "tratti stilistici" della cultura giovanile. La bottiglia raffigurata porta il nome del prodotto, che, qui scritto per intero, è in stretta relazione con la scritta rossa, nera, bianca così come non sarebbe proprio necessaria la denominazione del nome, forse a causa della sua notorietà attribuita da ciò. Lo stemma e il carattere familiare della scrittura del nome della ditta del testo 3 sono rimpiccioliti e citano allo stesso modo l'etichetta convenzionale. Che la bottiglia s'interseca con la scritta, porta,

confrontandolo con il testo 3, un dis-ordine, una “croce e una diagonale” nella figura. Il testo successivo, che si aggiunge a COXXS, infatti *fixxs und fertig KOMMT COOL!*, mostra gli elementi stilistici, che si conoscono dai testi letterari, come l’allitterazione (*frisch, fixxs, fertig*), il parallelismo nella grafica, nella fonetica, (COXXS – *fixxs* con il risalto della x doppia e bianca in *fixxs*) e il gioco linguistico (con il cambiamento “fix und fertig”). Tutto questo serve ad accentuare la materialità del testo allo stesso modo come le forti differenze nella grandezza delle lettere e l’ordine non lineare della scritta. Alcune righe si sviluppano in diagonale, la riga KOMMT COOL! è ordinata con un movimento ondulato. Al dis-ordine, che deve essere armonizzato, serve sicuramente anche l’uso continuato delle lettere maiuscole in alcune parole nei confronti delle lettere maiuscole delle altre. Inoltre, ci sono elementi del linguaggio giovanile e di quello pubblicitario come *cool* e forse anche *cool kommen*. Questo testo è sicuramente un caso appariscente ma non del tutto isolato del gran numero di segni e di passaggi tra le loro funzioni. L’etichetta come denominazione del prodotto e veicolo pubblicitario vuole piacere ai giovani compratori con la sua tendenza al “design – tipo anarchico” (Schellnack 1994, 33). Il testo 3, al contrario, si rivolge agli strati di acquirenti regolati dalla tutela convenzionale.

Lo stile secondo un aspetto semiotico dei testi analizzati si può mettere in relazione con lo “stile di pensiero (rispetto agli stili di pensiero U.F.) di un periodo” (Lerchner 1995, 98).

Queste analisi come le altre già presentate (Spitzer 1966, Barthes 1967, Spassova 1998) si riferiscono chiaramente allo (e quindi a uno) stile di pensiero del periodo dello sviluppo del testo. Come stile di pensiero, al quale si riferisce il testo 4, potrebbe valere “la fame emozionale e latente verso il disordine, la tensione e la confusione al posto della perfezione, della sicurezza e della noia” (Schellnack 1994, 32) nella cultura giovanile

degli anni novanta del millenovecento. Barthes (1967, 113) rimanda in una sua analisi di un manifesto-Panzani al campo di connotazione, che presenta l'“italiano” nel periodo d'uscita del cartellone, e prosegue che un tale campo di connotazione “può essere solo per una determinata società e una determinata storia attribuita una sola volta” (ibidem), ma che soprattutto si può trovare poi lo stesso campo, p. es. “nella stampa, nella figura, nei gesti dell'attore” (ibidem). Spitzer, sebbene accentuando sempre l'ermeneutica del suo procedimento non può fare a meno, con la sua analisi, di un manifesto pubblicitario americano per stabilire il collegamento con “il carattere nazionale e la storia culturale americana” (1966, 80). E Spassova (1998, 318), che analizza il manifesto teatrale dell'artista bulgaro Despodov, spiega oggi la funzione del tipo di testo “manifesto” uscito dallo spirito del tempo come “messaggio urlante provocativo e potente”.

Senza riferimento al rispettivo stile di pensiero non sarebbero possibili le deduzioni finali per l'analisi. Si ha bisogno di richieste di posizione per poter raggruppare e generalizzare gli esiti dell'analisi. Sotto questa premessa si può verificare, quando si può soprattutto comprendere tali stili di pensiero di un periodo, se non si possono associare anche tratti stilistici dominanti e caratteristici. L'essere vincolato temporalmente e culturalmente riguarda inoltre non solo gli stili del tempo e i tratti stilistici, ma anche i singoli tratti. Possono essere conati come specifici della cultura e così nella loro applicazione. E per rimanere con l'esempio della tipografia: se noi non teniamo conto dello “spirito del tempo” degli anni novanta (Schellnack 1994, 32), non possiamo inserire le tipografie negli esempi 1-4, e quindi riconoscere alcun principio superiore. Con le categorie di Eco delle connotazioni culturali si può controllare il fenomeno. Le connotazioni sono per lui “la somma di tutte le unità culturali, che può richiamare alla memoria il significante del destinatario istituzionale. Questo ‘può’ non è attribuito alle possibilità psichiche, ma a una disponibilità culturale” (ibidem). Sul colore nero non si può decidere allo stesso modo in tutte le

culture, le tipografie e le loro connotazioni soggiacciono a una trasformazione culturale, e la parola *cool* p. es. ha una sua specifica connotazione e disponibilità nel linguaggio giovanile⁴.

Il procedimento fenomenologico è la parte più necessaria dell'analisi culturale. La struttura interna del testo multimediale non deve essere trascurata.

La disponibilità culturale, il riferimento a uno stile di pensiero di un'epoca non sono le sole "leggi" che un testo segue. Naturalmente ha anche una sua armonia, la sua "individualità" che si può solo prendere di nuovo, se si prendono tutti i segni del testo nella loro multimedialità e si spiegano uno verso l'altro nel loro riferimento. Così può essere che il colore nero, una tipografia frastagliata o la parola *cool* non ricevono del tutto ancora le connotazioni trovate, per rimanere in questi esempi, in connessione a un testo completamente singolare. Mentre si analizza questo, si prende lo stile specifico di questo testo e probabilmente lo stile individuale del suo autore. Si comprende, che l'individuale può succedere ma solo prima dello sfondo dello stile dell'epoca rispetto alla foglia dell'usuale e può spiccare così solo come individuale. Visto in questo modo ci si presenta anche l'analisi dell'individuale sempre di nuovo sul generale, nel nostro caso il conio culturale ci riporta all'agire comunicativo.

⁴ Un esempio per lo spostamento – osservabile – della disponibilità culturale era secondo il mio ricordo un ambito dei periodici di un panorama lunare, che nel 1987 ha avuto luogo nella Piazza Rossa di Mosca e furono mostrati solo abiti rossi e lussuosi. Il titolo dal doppio significato della relazione era "Rosso è moda", e il discorso era tanto di lotta e di rivoluzione quanto di amore e passione. Sta di fatto che questo paesaggio lunare e lussuoso poteva trovarsi su questa piazza, dall'uso delle parole e dalla gioia di vivere delle figure trasmesse era da distinguere il messaggio – politico –, che con questo il colore rosso era da assegnare la sua connotazione forte e ideologicamente ordinata a favore dell'amore e della gioia di vivere quotidiani, e che si poteva parlare di questo anche prima di tutto nelle figure.



Abbildung 1

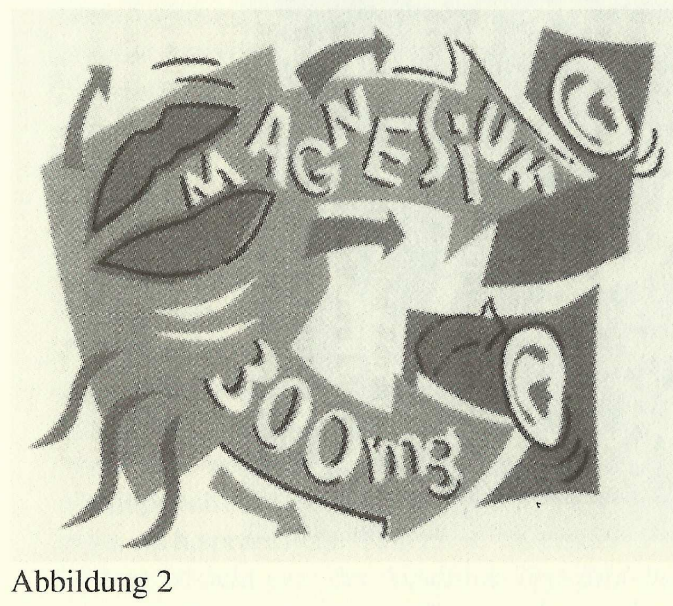


Abbildung 2



Abbildung 3



Abbildung 4

Michael Hoffmann

Il Witz figurato e il codice estetico nel testo-figura e le altre relazioni nella comunicazione scherzosa¹.

*Ogni opera può essere colta solo nella sua essenza,
se viene colta dalla legalità e dalla valenza,
che deve alla sua presenza.
(Herbert Seidler)*

1. Osservazioni introduttive.

In questo articolo la stilistica viene trattata secondo la prospettiva della linguistica del testo. Inoltre, viene sviluppato un campo di descrizione delineato semioticamente, che dovrebbe rendere possibile integrare i testi estetici (p. es. i testi del Witz) e i segni testuali estetici (p. es. l'effetto finale) così come i testi compiuti in modo semiotico² (p. es. le barzellette

¹ Il saggio è preceduto da una conferenza, che fu tenuta il 16 aprile 1999 all'università Friedrich Schiller di Jena.

² Attualmente tre possibilità competono bene una con l'altra su come si può far fronte concettualmente alla complessità semiotica.

Prima possibilità: si parla di comunicati semioticamente complessi rispetto alle dichiarazioni (cfr. Sottong/Müller 1998) e ai testi analizzati come dichiarazioni **linguistiche**, figure come forma di dichiarazione **non linguistica**. A ciò corrisponde l'espressione *dichiarazioni-testo-figura*.

Seconda possibilità: si parla di testi semioticamente complessi (cfr. Spillner 1982; 1995) e si distingue tra le parti **verbali** e **non verbali** del testo (p. es. le figure). Qui poi verrebbe applicata l'espressione *testo-lingua-figura*.

disegnate, le caricature raffigurate con un interesse linguistico) come figure con una propria legalità e valenza – anche proprio in un aspetto stilistico – nella teoria linguistica del testo.

Viene data la precedenza alla seguente interpretazione di “stile”: lo stile è un segno della comunicazione, creato da attività formali (diversificate nelle forme) così come può essere interpretato in relazione al comunicato (estetico) e/o in relazione alla comunicazione (personale, sociale, situazionale, interazionale). Con la grandezza della destinazione il “segno” è inoltre presupposto dalla teoria dei segni: si tratta di segni nella comunicazione culturale, e di segni che soccombono a una mutevolezza storica. La grandezza di destinazione “interpretabile” delimita i significati stilistici rispetto ai contenuti del significato (come potenzialità) di trascrizioni concrete di significato e scopo, che hanno come presupposto le attività interpretative del ricevente.

I comunicati con il chiaro dominio della figura o il bilanciamento delle parti reggenti della lingua e la figura (come le figure in appendice) non appartengono quasi sicuramente ai testi prototipici. La prototipicità testuale (cfr. inoltre Sandig 2000) si unisce ai contrassegni della monologia, della linguistica (per lo meno la dominanza linguistica), della linguistica scritta, della fraseologia multipla. Ci si domanda: la linguistica, e in special modo la linguistica del testo, dovrebbe tener conto dei testi complessi dal punto di vista semiotico ma anche istruttivo, o dovrebbe mettere i comunicati di questo tipo nelle mani della semiotica?

Questo si può fare facilmente e una determinata quantità di testi si possono di proposito avvicinare, eliminare e trascurare. Specialmente per i testi di dialogo (conversazioni) da tempo è stata stabilita una disciplina

Terza possibilità: si parla di supertesti (cfr. Fix 1996a) e si separa il “testo” come opera **linguistica** dal “con-testo” come contesto di **accompagnamento della lingua** o **non linguistico**. Le figure sono, in questa costruzione terminologica, quindi, con-testi non linguistici all’interno di un “supertesto”. In questo articolo l’espressione *relazione-testo-figura* si riferisce ad un supertesto osservato come superiore, per il quale uso il *comunicato* delimitante o il *testo* semplice abbreviante.

linguistica relativamente autonoma: la linguistica del dialogo (analisi del dialogo). Inoltre per i testi poetici c'è – come noto – la competenza della letteratura. Dunque, quanto in là in realtà deve andare l'avvicinarsi, l'eliminare e il trascurare la quantità dei testi? I testi poetici causano alla linguistica da una parte con il loro carattere artistico particolari problemi, dall'altra parte si tratta frequentemente proprio di testi prototipici, poiché tutti i contrassegni concordano con loro.

Dovrei difendere **tutte** le dichiarazioni linguistiche e **tutte** le dichiarazioni con le parti linguistiche per rendere accessibili i dibattiti **inerenti la linguistica del testo**. Sostengo che sia possibile con successo poi solo un lavoro interdisciplinare. L'arringa racchiude la richiesta di portare, infatti, il calcolo dovuto alle particolarità di determinate quantità di testi, al carattere multiforme di testi nella **teoria testuale linguistica**. Ciò significa specialmente: la linguistica del testo ha bisogno di un profilo che si distingue attraverso l'apertura a) verso la semiotica e b) verso l'estetica, senza che per questa ragione il diritto debba essere assegnato per essere fin dall'inizio una disciplina linguistica.

Una tale programmazione è tutt'altro che nuova. P. es. ci si deve ricordare di H.F. Plett (1975), che da parte sua ha perfino presentato come si può estendere, riguardo allo sguardo linguistico, l'ambito oggettivo del "testo".

L'apertura verso la semiotica viene eseguita con le premesse teoriche della natura dei segni dei testi, esaminare gli elementi base della comunicazione del testo sulla base degli elementi fondamentali della comunicazione dei segni (cfr. ibidem, cap. 1.2) come anche la relazione dei criteri linguistici della norma di testualità (estensione, delimitazione, coerenza) si esegue con la sintattica, la semantica e la pragmatica di C.W. Morris nella semiotica che introduce le dimensioni dei segni (cfr. ibidem, cap. 1.3).

L'apertura verso l'estetica si vede nel tentativo "di impegnare la linguistica nella costituzione di un modello testuale estetico" (ibidem 123). La progettazione di un tale modello si basa principalmente sulla descrizione di un sistema elaborato di deviazioni estetico-linguistiche (figure retoriche) **nel contesto testuale**, sulla descrizione di una sintattica del testo estetica, che si associa nell'analisi del testo alle interpretazioni semantiche e pragmatiche del testo (cfr. ibidem, cap. II.).

Dal punto di vista moderno si deve verificare se il senso suggerito sia giusto. Esso ha a che fare con il futuro della linguistica del testo: "La linguistica del testo non potrà passare avanti al carattere semiotico ed eventualmente estetico dei testi e così si dovrà pensare a una nuova direzione interdisciplinare" (Fix 1997, 107)³. Lo scopo di queste fatiche si regge su questo per ottenere efficacemente punti di vista limitati all'ambito dell'oggetto "testo" da parte della linguistica. A queste fatiche appartiene anche: la posizione una volta sostituita e le conoscenze ottenute devono essere messe al banco di prova. Essenziali, tuttavia, sono, secondo la mia opinione, i cambiamenti concettuali del seguente tipo:

1. La sintattica estetica del testo non si deve solo concepire come fenomeno di deviazione basato sulle figure retoriche.

2. La semantica estetica del testo si deve intendere come componente propria relativa alla semantica del testo.

3. La pragmatica estetica del testo si deve comprendere come allargamento riferito alla comunicazione della semantica del testo.

Eseguirò adesso su questi tre punti, p. es. delle dichiarazioni bimediali, barzellette disegnate con una parte linguistica, maggiori particolari e inizierò con la dimensione, che non è da intendere affatto da sola nella

³ Ancora in modo più persistente più che per la linguistica del testo vengono reclamati i cosiddetti "allargamenti di confini" per la teoria stilistica (cfr. Fix 1995).

ricerca della linguistica del testo: con la dimensione semantica dei segni estetici del testo.

2. Gli aspetti dell'estetica del Witz nelle dimensioni di un modello testuale e semiotico.

2.1 La semantica estetica del testo: il contenuto estetico.

Nella linguistica del testo è frequente distinguere un contenuto proposizionale o uno di predicato, cioè il contenuto semantico, da un contenuto pragmatico o d'azione. Questa distinzione (cfr. von Polenz 1988, 91 e seg. e simili) è alla base di diverse prospettive sul "testo" e di diverse definizioni di testo di uno stesso autore. Il "testo" viene definito da una parte mediante segni semantici, dall'altra attraverso segni pragmatici (Große 1976, 14seg.)⁴, esso determina la modellazione del "testo" secondo vari livelli (tra l'altro Motsch 1996), la modellazione dell'"interpretazione del testo" con l'aiuto degli schemi delle proposizioni e della locuzione (Heinemann/Viehweiger 1991, 114seg), così come i modi di presupporre (più nuovo: Pohl 1998). I testi sono, tuttavia, – come si può vedere le riflessioni sulla "potenza testuale connotativa" (Lerchner 1984) e i "contenuti fraseologici nascosti" (von Polenz 1988) – notevolmente "significativi". I problemi della linguistica del testo con determinati esemplari e tipi di testo risultano che essa ignora il contenuto estetico⁵.

⁴ Noi troviamo in Plett (1975) perfino tre differenti concetti di testo, poiché il "testo" viene posto separatamente in ognuna delle predette dimensioni di segni.

⁵ Questa ignoranza non è nello stesso modo di fronte alla funzionalità comunicativa estetica rispetto a quella estetico-poetica. Große p. es. (1976, 40 seg.) tiene conto nel suo modello di comunicazione in seguito a Jakobson e Mukařovský anche di una funzione poetica/estetica, senza guardare esclusivamente a testi di poesia. Insenbrg (1984, 266) costituisce in base ai "criteri di valutazione globali" e alla loro correlazione con i "mezzi fondamentali d'interazione" il tipo di testo del "testo calogeno". Heinemann/Viehweiger (1991, 148 seg.) si interessano a una funzione fondamentale dei testi, che chiamano ATTIVITÀ ESTETICA e come Insenberg si riferiscono generalmente ai testi di finzione.

Si indica con un esempio del tipo di testo il “Witz raffigurato” (cfr. fig. 1 in app.): in che cosa consistono i contenuti proposizionali e pragmatici del testo, in altre parole la didascalia? Si potrà associare la dichiarazione per prima cosa una volta a un tipo d’azione linguistica, infatti, con lo SPIEGARE; il testo spiega la figura. Ma ciò allora non va bene, poiché il testo non spiega, cerca di indovinare la figura. Si potrà stabilire del resto tra i gruppi di parole LO SQUALO NERO e LA PUNTA DEL SOPRACCIGLIO una relazione interproposizionale, e certamente nonostante i connettori espliciti o la disgiuntiva, che completa e rispettivamente aggiunge (p_1 E p_2)⁶, perché si conosce il modello del titolo del dramma (cfr. press’a poco *Minna von Barnhelm oder Das Soldatenglück*). Ma dove si trova la relazione tra lo SQUALO e il SOPRACCIGLIO? Appena ci si sottopone alla fatica di identificare gli oggetti di copertura (prodotti del discorso), si arriva a confrontarsi con delle difficoltà ancora più grandi. Dipendono dal fatto che il comunicato si riferisce complessivamente a un mondo immaginario, o meglio: non si riferisce solo ad essi, esso li **modella** – un mondo nel quale il soggetto rappresentato può assumere chiaramente diverse figure secondo l’occhio dell’osservatore. L’oggetto di copertura sembra avere proprietà magiche. Il codice estetico prevede questa possibilità del comunicare; allo stesso modo prevede varianti per modellare i mondi della fantasia. Così le figg. 2 e 3 possono riconoscere qualcosa di specifico: il mettere-in-scena degli equivoci, la “modellazione” come risultato della modellatura dei mondi di fantasia in genere e l’“inscenare” come risultato della messa in scena degli equivoci (nell’ambito dei mondi della fantasia) nello specifico sono esempi di contenuto estetico dei testi e contemporaneamente esempi di come il contenuto estetico si possa mettere in primo piano di fronte al contenuto proposizionale e pragmatico⁷.

⁶ Cfr. la notazione di Heinemann/Viehweger (1991, 44)

⁷ Cfr. già Seidler (1970, 16 seg.): “Se noi ispezioniamo il continuum del prodotto linguistico tra i poli dell’esposizione dei fatti e dell’arte linguistica, pensate entrambe in purezza, dal punto di

Che cosa dà in realtà il diritto di categorizzare questa e un'altra importante componente del contenuto estetico dei testi, specialmente del Witz, inteso come "puntualizzazione", sul quale mi avvicino a parlare per categorizzare come condizioni semantiche del testo? – Con il termine "significato del testo" intendo una **proprietà** di segni complessi, il "testo", infatti, è **interpretabile** grazie a quella del testo⁸. L'interpretabilità di un "testo" ha almeno due presupposti: il primo è l'esistenza di una quantità strutturata da unità informative e la seconda è l'esistenza di una quantità che riguarda sé per le regole e le convenzioni d'interpretazione⁹. Nel processo di ricezione del testo (interpretazione) vengono applicate determinate regole interpretative, identificando e relazionando unità di informazione, inferiorizzando le unità informative mancanti, vengono formati dei nodi d'informazione, prodotti di nessi d'informazione e altre cose. Le regole interpretative della semantica del testo si estendono a più livelli della struttura di "informazione" rispetto al "contenuto del testo": si estendono tra l'altro su:

- informazioni su mondi (= contenuto proposizionale) comunicanti (oggettivi),

vista della struttura estetica, così si dedicano innanzi tutto approssimativamente a due ambiti: quello dove i tratti estetici sono più o meno presenti, ma certamente non stabiliscono ancora la struttura decisiva dell'opera linguistica in questione, e quello dove il carattere estetico si trova così forte in primo piano che esso imprime la struttura dell'opera linguistica chiaramente come estetica".

⁸ Qui mi appoggio anche nella formulazione al concetto di significato di Keller (1995, 108 seg.), ma è impresso con priorità dai segni (complessità differente) nella comunicazione. La teoria dei segni di Keller è preziosa con le sue affermazioni sul significato dei segni con il chiarimento di domande che riguardano la semantica dello stile (cfr. Hoffmann 1999) e la semantica del testo, perché essa permette una chiara differenza tra il significato (come potenzialità), la cognizione di significato (come aspetto della competenza semiotica) e le aggiunte di significato (come esiti dell'interpretazione concreta).

⁹ Queste regole sono da esaminare come facenti parte di un codice.

- informazioni su mondi comunicativi, parametri sociali e socioculturali della comunicazione, la tradizione del discorso che si trova nei testi (=contenuto sociale)¹⁰, essi si estendono su

- informazioni sugli stessi testi, più precisamente: la forma, i principi di forma, l'idea di forma e simili (= contenuto formale).

Di conseguenza si dovranno prendere in considerazione con la facoltà presentata del "significato del testo" anche le informazioni sul significato e sullo scopo della comunicazione del testo, come si manifestano nelle azioni del testo e nelle azioni delle parti. Al contenuto pragmatico arriva tuttavia una posizione particolare, alla quale mi interesserò nel § 2.3.

Come si inserisce adesso il contenuto estetico per quanto riguarda la semantica del testo? Esso appartiene senza dubbio al livello strutturale del contenuto formale, ma non è facile da esaminare come identico a questo. L'interpretabilità del formale del comunicativo comincia con le strutture dei profili¹¹ e con le altre **caratteristiche della forma esterna**, e si manifesta nell'identificare qualcosa come un qualcosa (cfr. Schmücker 1998, 49 seg.) sulla base di segni importanti dei codici d'individuazione (Eco 1991, 205 seg.). Si tratta con questo p. es. di caratteristiche medialità del comunicato: questo è un testo, o una figura, o una combinazione di entrambi? L'interpretazione del formale si basa sulle **caratteristiche della forma interiore** del prodotto comunicativo, p. es. sulle superstrutture¹², con le quali si dividono i testi narrativi e argomentativi. Ma inoltre ci sono anche le **caratteristiche della forma realizzata (interna e/o esterna)**: le qualità della forma come p. es. i modi del racconto, le composizioni del testo, le

¹⁰ La semantica sociale è un complemento necessario alla semantica proposizionale. I significati del testo si trovano altrettanto poco come significati della parola e della frase in un ambito libero da discorsi.

¹¹ Queste strutture sono tra l'altro oggetto di discussione sulla semiotica dell'immagine (cfr. tra gli altri Edeline 1998).

¹² Sulla connessione di superstruttura e significato del testo van Dijk si è espresso (1980, 132) nel seguente modo: «Fino a che punto si può, p. es. parlare veramente di "significato" di una struttura narrativa, è complessivamente ancora vago, tranne il modo formale-astratto, e si può dire, che il "significato" di una struttura narrativa è la "narrazione", qualcosa che si può interpretare nello schema *abba* come una combinazione di unità di rima.

architetture del testo, le costellazioni testo-figura. Il contenuto estetico sembra essere vincolato particolarmente all'ultimo¹³. L'“esperienza estetica”, scrive R. Schmücker (1998, 55), senza intendere solo le opere d'arte, “è una concentrazione d'attenzione rivolta a un determinato oggetto di percezione, che risulta dalla concessione della caratteristica di questo oggetto [...]”. Qui si valuterà, tuttavia, che nella comunicazione quotidiana si trovano molte qualità di organizzazione fuori di ogni concentrazione di attenzione – facile perché sono diventati qualcosa verso la naturalezza e la normalità.

La descrizione delle caratteristiche della forma realizzata, per poter andare solo specificatamente su di essa, porta alla dimensione della sintattica del testo estetico.

2.2 Sintattica estetica del testo: la forma estetica.

2.2.1 Sulla categorizzazione della forma estetica.

Per esaminare le strutture estetiche del testo **nella linguistica del testo** si cerca di categorizzare le unità informative estetiche e indispensabili, di costruire delle categorie, **equivalenti** a quelle delle caratteristiche proposizionali (proposizioni, referenza, predicato) o a quelle delle caratteristiche pragmatiche (illocuzioni, prelocuzioni, collocazioni¹⁴). La

¹³ Su questo due annotazioni: 1) il concetto di forma, che dovrebbe essere discusso in questo rapporto (cfr. su questo concetto e la sua importanza per la linguistica del testo e la stilistica nei tempi moderni Fix 1996b e in più anche Antos 1997) e sul quale io andrò a parlare brevemente più avanti, è per **tutte** le coniazioni del contenuto formale presente. 2) le connessioni che si trovano tra i livelli della struttura dell'“informazione”, non dovrebbero essere lasciati tranne che otto. Così il contenuto sociale viene portato anche dalle caratteristiche della forma realizzata, e può essere interpretato come un deciso contenuto socio-estetico. Poiché questi segni ma non solo le informazioni oscillano sul testo, ma prima di tutto su un mondo sociale, ottengono un proprio valore che lo solleva sopra i segni estetici (i.e.S.).

¹⁴ Su questo concetto, che riporta a Keller e alla critica del concetto cfr. Oberhauser (1993,108 segg.)

descrizione della forma estetica dei testi, delle strutture estetiche del testo all'interno di un ambito descrittivo della linguistica del testo può sostenere certamente – a condizione che offra il comunicato – l'analisi delle strutture isotopiche, delle superstrutture, delle strutture tema-rema o delle strutture d'illocuzione, essa deve, tuttavia, passarci sopra. Bisogna fare sufficientemente la specifica delle strutture organizzative. Allora le unità d'informazione del contenuto estetico deriveranno dalle **relazioni tra le unità organizzative**, e propongo di chiamare le corrispondenti categorie di base **figurazione**.

La “figurazione” è un termine già introdotto. E.L. Kerkhoff (1962, 48), p. es. lo usa e lo definisce nel seguente modo: «Noi chiamiamo figurazioni quelle unità organizzative che sono già strutturate da sole, le strutture semplici di un ordine più basso come la graduazione, la formazione a catena, i triangoli e l'andamento radiale, che rendono riconoscibile il contenuto. Essi possono giungere come elementi nelle strutture di un ordine più alto¹⁵». In tempi più recenti la “figurazione” viene adoperata da G. Michel (come nell'esempio) per contrassegnare in generale l'ordine totale degli elementi organizzativi del testo e stabilire su questa base le figure retoriche come figurazioni speciali.

La “figurazione” – questo risulta chiaramente dalle dichiarazioni – caratterizza, dunque, una struttura esteticamente e interamente modellata, cioè non è semplicemente una concatenazione di elementi, ma è una **concatenazione formale ed estetica**, con cui l'attributo “estetico” rimanda al principio e all'idea di forma, all'idea d'organizzazione, che offre la concatenazione, e il costituente “forma” rimanda all'appartenenza, alla cooperazione, allo stare bene insieme degli elementi, che con restrizioni specifiche considera gli interventi nella struttura competente. Le concatenazioni formali ed estetiche si rifiutano di fronte a tutti gli interventi

¹⁵ Queste strutture di un ordine più alto vengono chiamate da Kerkhoff (1962, 32) “configurazioni” ed esaminate più da vicino nelle analisi di modello della ballata di Goethe “Der Sänger” e nella poesia di Hölderlin “Hälfte des Lebens”.

come idee formali di non riconoscere o di ripetere, siano interventi dell'addizione, detrazione e sostituzione delle unità organizzative o della trasformazione delle strutture organizzative. La "figurazione" assume gli aspetti organizzativi della disposizione, del raggruppamento, del collegamento (ecc.) dei segni, degli aspetti della lavorazione dell'espressione dei segni e/o del loro significato secondo un'idea formale, che produce nuovi segni, più precisamente quelli estetici, e diventa riconoscibile nelle proprietà come autoriflessività¹⁶ e ambiguità¹⁷ (cfr. su questo argomento tra gli altri Eco 1987, 348 seg.).

2.2.2 Sulla la forma estetica degli effetti.

Al momento si deve eseguire il passo più importante, l'effetto che costituisce il Witz e gli altri tipi di testo (aneddoti, aforismi, facezie, poesie scherzose, discorsi di carnevale, ecc) come figurazione comprensibile, così che l'"effettività" si può descrivere come significato stilistico del testo, che viene portato da una figurazione speciale. Nella letteratura il Witz¹⁸ viene descritto come "creazione strutturata, complicata e semanticamente adatta" (Ulrich 1982, 187), come testo con delle "turbolenze semantiche" (Ulrich 1990). L'effetto che costituisce il Witz sembra volersi sottrarre a una definizione il più chiara possibile. Vengono spesso inseriti i segni strategici del testo per riportare il Witz rispetto ai segni riferiti all'azione del suo ricevente e quindi i segni pragmatici del testo che definiscono gli effetti, prima di tutto segni come "inaspettato", "non preannunciabile" e "sorprendente" (cfr. tra i tanti: Metzeltin/Jaksche 1983, 101), che si

¹⁶ L'autoriflessività non si può paragonare allo straniamento, alla deformazione o alla deautomatizzazione, ma quindi è anche un dato se può riconoscere la forma del comunicato delle qualità organizzative come la visibilità, l'evidenza o l'avvicinarsi.

¹⁷ L'ambiguità non si può paragonare con la polisemia del sistema della lingua, ma prende le ambiguità semantiche del testo in diverse coniazioni (ironia, enigmaticità, doppio senso ed altri).

¹⁸ Un interessante sguardo nella storia del significato e della scienza del "Witz" lo fornisce Best (1989).

collegano nella retorica letteraria al termine “Aprosdoketon” (cfr. Best 1991). Certamente ci sono anche riferimenti alla forma estetica, ai segni della sintattica del testo, qualcosa del genere al “salto” di Best (1991), al “cambio di contesto” di Preisendanz/Warning (1976), alla “doppia cornice”¹⁹ di Kotthoff (1996a) o al “posto di sovrapposizione di due significati, di due pensieri o di connessioni di senso” di Ulrich (1994, 175 e più). La categoria denominata figurazione riesce a unire gli aspetti della forma estetica e allo stesso tempo a mettere gli accenti, mentre lo sguardo viene portato sulla forma dei segni estetici del testo.

In seguito ogni segno di definizione degli “effetti”, che a me paiono fondamentali per il tipo di informazione della comunicazione scherzosa, deve essere spostato e chiarito come esempio del Witz dell’immagine. Nel senso della relazione universale (“figurazione”) – in particolare (“effetto”) combino per tale contrassegno un contesto nel quale formulo tre messaggi a cornice sulle figurazioni.

Prima Dichiarazione: le figurazioni sono relazioni sintattiche del testo tra le unità organizzative di tutti i tipi. Come esempi vengono citati: le relazioni tra le sillabe accentate e non accentate (es: trocheo), tra le diverse forme grammaticali delle parole (es: polyptoton), tra le congiunzioni di parole libere e fraseologiche (es: rimotivazione), tra i tipi di testo (es: mescolanza di modelli), tra testi principali e secondari (es: note a piè di pagina), tra le varie parti del testo (flashback), tra figura e figura (es: montaggio), tra testo e figura (es: illustrazione).

Per specificare le unità della struttura che costituiscono gli effetti si deve tenere conto del fatto che gli effetti devono essere fissati come **figurazioni del passaggio dei segni dal congruente all’incongruente**. Il cambio repentino verso i segni d’incongruenza è costituito dagli effetti, cioè

¹⁹ Il termine “cornice” qui è legato analiticamente alla lingua e viene impiegato come sinonimo di “contestualizzazione”. Il termine “doppia cornice” poi significa in quest’ambito la chiamata contemporanea dei diversi ambiti (Kotthoff 1996b, 147).

i segni parlano nuovamente all'uso comunicativo, alle presentazioni di norme, alla logica giornaliera o alla concezione della realtà di una cultura (cfr. Sottong/Müller 1998) rispetto al disturbare l'ordine del frame²⁰. Le regole per interpretare il Witz non impongono solo la ricostruzione del passaggio dal "congruente" all'"incongruente", impongono anche di regolarizzare – un aspetto determinante – il segno incongruente, l'incongruenza dell'espressione e/o del significato nel determinare la concatenazione dell'interpretazione, cioè riconoscerla come incongruenza motivata²¹. Alla costruzione del rapporto congruenza-incongruenza che costituisce l'effetto del Witz nelle figg. 1-4 prendono parte in misure diverse le costellazioni testo-figura. Mentre le rappresentazioni nelle figg. 2 e 3 si aggiungono come sostituzioni visive al posto dell'esposizione per il puro Witz linguistico e per gli effetti portati dal testo che si predispongono con un'organizzazione divertente (smorfie, nasi e pettinature espressive), nelle figg. 1 e 4 si trova una "simbiosi giustificabile allo stesso modo di parola e figura" (Röhrich 1977, 293). Ciò significa: l'effetto si sviluppa **tra** il testo e la figura. Mancando uno dei due semplicemente non ha valore per la comprensibilità – come si legge più avanti con Röhrich (ibidem) –, ma il comunicato perde il suo carattere, non sarebbe né Witz né Witz della figura.

Prima che noi ci addentriamo nell'accentuazione del Witz della figura dobbiamo trovare una considerazione a una seconda affermazione di base sulla "figurazione" e un ulteriore segno per definire l'"effetto".

²⁰ L'"incongruenza" è nell'ambito linguistico inglese una categoria fondamentale per la spiegazione dello humor. Cfr. su ciò Brock (1996), il quale critica l'intreccio scarso della teoria dell'incongruenza con il processo di comunicazione umoristico e cerca di superarlo e Kotthoff (1997, 135) che non guarda l'incongruenza della cornice, ma "il sapere sul modo di comportarsi normale". Io uso il termine "incongruenza" soprattutto nel significato di un'irregolarità comunicativa.

²¹ Per spiegare la struttura della figurazione si può presentare il segno congruente come sfondo dell'effetto, il segno incongruente come primo piano dell'effetto. L'uso delle regole d'interpretazione competenti si compie nell'ambito comunicativo, cioè nella dimensione mentale del processo di comunicazione.

Seconda Dichiarazione: le figurazioni si possono trovare in relazione ai segni cotestuali e rispettivamente contestuali²². Lo spreco d'informazioni che si può compiere può essere alto o basso. Accanto alle figurazioni facilmente “lavorate” della forma esteriore (rilievi, articolazioni del capoverso, tabelle) ci sono delle figurazioni complicate dalla forma interiore, che tendono alla “forma vuota” (Eco 1991, 163). Su questo sfondo si possono determinare gli effetti come **figurazioni potenzialmente aperte al significato**. I Witz perciò possono tra l'altro – come noi sappiamo – fallire, perché rimane l'effetto di un enigma. Per il significato (l'interpretabilità) degli effetti si possono determinare particolarmente due modi di contesto estetico:

a) Il contesto di preparazione agli effetti (interno al comunicato), che io indico come **prefigurazione**.

b) Il contesto che costituisce gli effetti (esterno al comunicato), che io indico come **presupposizione estetica**²³.

I Witz possono ipotizzare molte cose differenti. Come mostrano le figure e presuppongono:

- **i nomi propri e i loro significati**, p. es. i nomi di persona dei portatori reali e fittivi di nomi e contrassegni qualificativi del corrispondente significato nominale, come nella fig. 1 il nome *Theo Waigel* e i contrassegni qualificativi dominanti associati a lui “sopracciglia cespugliose”, (prima)

²² Tra i cotesti intendo con Sottong/Müller (1998, 82) un'altra dichiarazione, alla quale fa riferimento il testo implicito o esplicito, i cotesti sono da cercare già negli ambiti fraseologici di testo: formule comunicative, proverbi, detti proverbiali, sui quali si può alludere nella comunicazione scherzosa. Ma sono colti anche testi singoli concreti o parziali come il titolo del libro o lo slogan pubblicitario. I cotesti appartengono al contesto di un'espressione. Essi prendono parte – come dimostra il genere della parodia – alla formazione delle figurazioni con i testi interi o i gruppi di testi. All'interno di queste figurazioni intertestuali possono avere un ruolo le figurazioni con segni incongruenti, come p. es. nomi di scambio, di contrasto e di aggiunta nei contesti nominali fittivi (cfr. Hoffmann 1996).

Con i contesti intendo con Sottong/Müller (1998, 81) l'“ambiente situativo, culturale e mediale di un'espressione o di tutte le ulteriori espressioni rilevanti in questo contesto [cotesto, M.H.]”.

²³ Le presupposizioni estetiche appartengono alle presupposizioni semantiche. La presupposizione come contesto è da distinguere dalle cognizioni delle presupposizioni come ipotesi di contesto, che è premessa al riconoscerle.

“ministro delle finanze tedesco”, “membro del CSU” e nella fig. 2 qualche contrassegno qualitativo, che appartiene al significato del nome del personaggio *Derrick*: “Commissario di polizia in una serie TV”, “interpretato da Horst Tappert”;

- **il titolo del film**, nella fig. 1 il titolo del classico del brivido *Lo squalo bianco* di Steven Spielberg;

- **il comunicato stampa**, nella fig. 2 il comunicato che l’attore Horst Tappert nel febbraio del 1999 ebbe un’udienza con il Papa (con il capo supremo della chiesa cattolica);

- **gli stereotipi sociali**, nella fig. 3 lo stereotipo della stupidità della polizia²⁴;

- **gli slogan pubblicitari**, nella fig. 4 lo slogan della pubblicità di una cioccolata (la barretta di cioccolata *duplo*).

Alle presupposizioni estetiche appartengono anche naturalmente in primo luogo tutti gli arresti delle regole come manifestazione p. es. delle massime di conversazione, delle regole di galateo, degli ordini del frame, e questa conoscenza è il fondamento più importante per riconoscere le incongruenze.

I Witz possono essere prefigurati in maniera diversa: così non è obbligatoria l’esposizione, le domande scherzose possono servire a segnalare l’apertura, l’intero Witz può sussistere nel caso estremo con una sola frase (cfr. Ulrich 1982). Con i Witz figurati ci sono ulteriori particolarità. Nella fig. 1 l’effetto è uniformato alla prefigurazione costituita da un complesso di figure retoriche suppletive che si sviluppano tra testo e figura: p. es. il *sopracciglio* come sineddoche per *Theo Waigel*, il *nero* come metonimia per *CSU*, lo *squalo* come metafora per il *ministro delle finanze*. Nella fig. 3 osserviamo uno scaglionamento degli effetti proiettato sulla vicinanza delle figure disegnate, con le quali rappresenta il primo effetto (cfr. l’espressione senza senso *Autodiktat* al posto di *autodidatta*)

²⁴ Röhrich scrive (1977, 21) “Anche i Witz non favoriscono i singoli cliché e pregiudizi”.

con la prefigurazione per la seconda (*Das Wort kenne ich ...*). In questo contesto si nota ancora una volta l'organizzazione spassosa dei disegni stessi, che si classifica come preparazione agli effetti. Non solo negli effetti, ma anche nella loro proporzione e in quella della prefigurazione e nella forma dell'esecuzione complessivamente si introduce la creatività comunicativa²⁵. Con questo si è creato un collegamento con la terza affermazione di base sulla "figurazione".

Terza dichiarazione: le figurazioni si basano su un codice estetico di modelli creativi²⁶ e prevedono due possibilità d'uso di questi modelli: assumere soluzioni creative prefabbricate rispettivamente in uso o combinare soluzioni creative nell'ambito di tutti i nuovi vantaggi insoliti così che le figurazioni possano essere o standardizzate in modo usuale e convenzionale o contraddistinte in modo innovativo, occasionale e originale.

Su questa base si devono determinare gli effetti come **figurazioni originali (creazioni testuali)**. Se fosse diversa non ci sarebbero effetti di sorpresa. Con il termine "originale" non si intende la base "di Witz convenzionale", ma la novità e la singolarità (cfr. Henckmann/Lotter 1992, 182) e, quindi, anche il carattere insolito della struttura della figura. L'idea ne comprende anche molti e perciò a mio parere si adatta meglio. In quest'occasione è frequente costituire gli effetti **come** vengono richiesti i segni secondo il principio della superposizione in un rapporto d'interferenza. L'originalità della struttura della figura si basa nella fig. 1 soprattutto sull'interferenza metamorfotica della *pinna posteriore di uno squalo* e le *sopracciglia di una persona*, che viene rappresentata

²⁵ Qui si inserisce l'interpretazione di Kotthoff (1997, 137), che riceve attenzione non solo sugli effetti, ma anche "sulla concreta elaborazione del Witz".

²⁶ Secondo Hess-Lüttich (1994, 113) sono "appena posti i confini alla creatività accademica [con la formazione dei significati del codice]". Ciò che riguarda i codici estetici, così penso, che non c'è alcuna invenzione accademica, se si parla di modelli creativi che regolano l'utilizzo estetico dei segni di altri codici (Eco 1991, 25).

graficamente, nella fig. 3 si gioca sull'interferenza anagrammatica di *Autodidakt* e *Autodiktat*, nella fig. 4 sulla combinazione parodistica di *capestro* e *cravatta* come un segno visivo e verbale, che interferisce con la combinazione originale di *duplo* (segno distintivo per una barretta di cioccolata) e *pralina*. La fig. 2 mostra come si trae vantaggio dai rapporti di sostituzione usuali con l'ideazione di un Witz e si può inserire con la prefigurazione. La sostituzione metonimica e usuale che si basa sulla contiguità semantica secondo il modello "part pro mime" si collega con un'idea realizzabile, che supera l'organizzazione di un malinteso. Come costituente dell'effetto in senso più stretto il malinteso non è originale come tale, ma l'assurdità e la stupidità (incongruenza!) del pensiero sono uniformate nella struttura tematica: l'arresto del Papa viene classificato come evento che si trova all'interno della normalità criminale quotidiana²⁷.

Sulla base dei segni distintivi rappresentati dagli "effetti" si possono esaminare i legami tra le strutture estetiche e proposizionali, tra gli effetti e i temi del Witz, e si verifica: solo lo spiegare (parafrasare) l'effetto e così si arriva al tema come macroproposizione (van Dijk 1980) del testo del Witz. È tematicamente importante che le persone che agiscono nel mondo testuale scambiano qualcosa con qualcos'altro o si trasformano in qualcosa o mescolano qualcosa che non appartiene allo stesso gruppo. Esteticamente diventano significative le sostituzioni, le trasformazioni, i miscugli se si congiungono con un'idea formale.

Il seguente capitolo si dedica alle concatenazioni di altro tipo: le concatenazioni tra i contenuti estetici e quelli pragmatici.

²⁷ Una tipologia di strutture figurali non c'è ancora. Si sottopone il compito di tipologizzare le figurazioni del Witz, non si può passare secondo la mia interpretazione alla rappresentazione di Blumenthal (1983) fondata sull'associazione psicologica.

2.3 Pragmatica estetica del testo: la funzione estetica.

Nel § 2.1 si era discusso sulla posizione speciale del contenuto pragmatico. Una presentazione del modello è posta alla sua base, secondo il contenuto pragmatico non costituisce alcun livello strutturale supplementare dell'“informazione”, ma rappresenta un aspetto supplementare dell'“informazione” su tutti i livelli strutturali del contenuto testuale. Il contenuto pragmatico è collegato al contenuto semantico su tutti i livelli strutturali²⁸. Per il contenuto proposizionale ciò si chiama collegamento con “obiettivi d'interazione fondamentali” (Insenberg 1984), con “funzioni fondamentali testuali” (Brinker 1997), con “funzioni primarie del comunicare” (Heinemann/Viehweiger 1991). Per il contenuto sociale invece si chiama collegamento con i tipi di senso sociale: le possibilità di costituire delle relazioni (p. es. la comunicazione della vicinanza o della distanza sociale), dell'annuncio dell'istituzionalità (l'ufficialità, la consapevolezza) e l'appartenenza ai gruppi. Che cosa significa questo per il contenuto estetico?

La funzionalità estetica è una grandezza solida ma vaga nella linguistica del testo (cfr. nota 5), talvolta solo una nota a piè di pagina (cfr. Brinker 1997, 105; nota 74). Parlare di funzioni estetiche esige, secondo la mia interpretazione, una differenziazione su molteplici aspetti. Soprattutto una differenziazione delle funzioni inerenti al comunicato e alla comunicazione. Le funzioni estetiche del Witz relative al comunicato sono press'a poco la preparazione e la costruzione degli effetti. Le funzioni del Witz relative alla comunicazione sono, come tutti gli aspetti del contenuto pragmatico, funzioni interazionali. Qui deve essere messa come funzione primaria del testo quella di voler divertire (di portare alla risata). Più avanti il Witz colma nella comunicazione scherzosa le numerose altre funzioni:

²⁸ Con che cosa nuovamente devono essere indicati i legami tra i livelli strutturali (cfr. nota 13).

l'infrangere i tabù, la stigmatizzazione dei gruppi sociali (ci si diverte sui politici, sui poliziotti, sui frisoni dell'est, sulle bionde, sui balbuzienti), il criticare i rapporti sociali (la "funzione della valvola"), la produzione di comunanza (si raccontano barzellette in mancanza di temi di conversazione) e altri in modo comico. Parlare di funzioni estetiche esige tra l'altro una differenziazione tra le funzioni pratico-estetiche (cfr. Fix 1988, 92)²⁹ e quelle poetico-estetiche. Le funzioni pratico-estetiche si mostrano p. es. risvegliando la voglia di accettazione³⁰, agevolandola con le sue difficoltà limitate all'oggetto o al mittente, in questa direzione sull'importanza tematica, le funzioni poetiche ed estetiche non sono solo collegate ai testi artistici. I "reportage", i "testi pubblicitari" e i "Witz" sono tipi di testo esemplari dove l'evocazione dei sentimenti e degli stati d'animo possono essere importanti in modo interazionale per la contemplazione (la stimolazione delle riflessioni), la funzione del mantenimento fantasioso.

Il lavoro di Rolf (1993) mostra dove si arriva se ci si orienta per classificare i tipi di testo esclusivamente per quanto riguarda la classificazione commerciale dell'atto d'illocuzione. Egli cita precisamente Marfurt (1977), che descrive il Witz come un testo quasi estetico, la cui funzione principale è l'evocare un piacere quasi estetico, ma deve attribuire – non si presenta alcuna alternativa – il Witz alla classe dei "tipi di testo assertativi (procuratore di informazione)" (Rolf 1993, 215s.)³¹. Per apparire in modo più adeguato qui le riflessioni riguardano la tipologia del testo di Insenberg (1984). Egli arriva con le sue basi tipologizzanti a un tipo di testo

²⁹ U. Fix si sente toccata dalla dissertazione di D. Gärtner: *Funktionen der Sprachform im System der poetologischen Anschauungen Johannes R. Bechers*, Halle/S. 1984.

³⁰ Cfr. per questo p. es. Burger (1990, 207 seg.), che illumina anche funzionalmente il collegamento di "informazione e gag" nelle trasmissioni di attualità della radio.

³¹ Con questa osservazione il valore del lavoro non deve essere oltraggiato. Il merito di Rolf è di aver classificato completamente e in modo convincente l'abbondanza dei tipi di testo e di averli ordinati con l'aiuto delle costruzioni di classi, gruppi base e gruppi.

che chiama “testo ludico”. I Witz qui non sono classificati proprio in modo esplicito, ma trovano una collocazione che corrisponde al loro essere³².

3. Annotazioni conclusive.

In questo paragrafo naturalmente non possono essere analizzati tutti gli aspetti appartenenti al tema. Il mio scopo era diverso dal descrivere completamente il tipo di testo “Witz” e la discussione dettagliata sulla ricerca in questo campo. I miei argomenti erano le caratteristiche estetiche del tipo di testo “Witz” e le loro varianti, il “Witz figurato”, e come si può “collocare” nella linguistica del testo. Anche un modello del disegno conosciuto nella linguistica del testo costituì con questo la struttura di una descrizione pluridimensionale.

La forma del testo e i comunicati semioticamente complessi si inoltrano evidentemente ancora in modo maggiore nel focolaio d’interesse della linguistica del testo. “Basteranno [i testi, M. H.], si dovranno percepire p. es. il più possibile molti aspetti diversi della loro forma, occuparsi del significato di forma e del significato di materia del testo” scrive H. Tietz (1997, 225) riassumendo una grande discussione sul significato della linguistica del testo. Si tratta del “testo nella sua forma su diversi livelli (ibidem 229)³³.

A suo tempo Immanuel Kant caratterizzò il Witz come un “lusso della mente”, poiché non rivendicava alcun diritto sul comune e sano intelletto umano (cfr. Best 1989, 64). Era da dimostrare, perciò, che non esisteva

³² In questa relazione si deve menzionare naturalmente anche A. Jolles, che già dal 1930 ha caratterizzato il Witz come una delle forme preletterarie (come una “forma semplice”) (cfr. Belke 1973).

³³ Con questo tra l’altro si deve spiegare come si comportano una con l’altra le attività comunicative che danno la forma e le azioni: parlare, scrivere, disegnare, descrivere, iconizzare, formulare, rappresentare, strutturare, formare, presentare, stilizzare, formattare, raffigurare. Significa, si fa assolutamente, differenziare la locuzione e limitare i singoli aspetti per ricoprire uno sull’altro.

ancora un motivo per dichiarare il Witz (figurato) un lusso della linguistica del testo al quale si poteva rinunciare di buon grado per la formazione di una teoria.





Abbildung 3



Abbildung 4

Marja-Leena Piitulainen

**L'interpersonalità e gli stili dei tipi di testo: aspetti contrastanti
(tedesco – finlandese).**

1. Introduzione.

Con la comunicazione linguistica si parla di un'azione linguistica con la quale l'agente (parlante, trasmittente, scrittore, produttore, emittente) comunica dei pensieri agli altri (ascoltatori, destinatari, lettori, riceventi, destinatari), e quindi produce e regola i rapporti con gli altri o coordina con loro le azioni (cfr. p. es Linke/Nussbaumer/Portmann 1991, 27). Tramite questi aspetti intenzionali e interattivi della comunicazione linguistica il ruolo del parlante e dell'ascoltatore diventa determinante per la comunicazione globale. Con la combinazione della propria definizione di situazione, il parlante deve sempre prendere in considerazione l'ascoltatore e, quindi, il rapporto reciproco. Questa costellazione parlante-ascoltatore e la sua definizione attraverso il parlante influenza, dunque, sostanzialmente la dichiarazione linguistica, il modo dell'autorappresentazione e della considerazione dei destinatari (cfr. a questo punto p. es. anche Sandig 1986, 239-258; Oksaar 1998, 22-23).

La considerazione della costellazione parlante-ascoltatore ha portato soprattutto nella pragmatica a diverse riflessioni e a diverse classificazioni linguistiche. Essa si manifesta tra l'altro nella classificazione degli atti linguistici e non delle azioni linguistiche, nella differenziazione tra atti

linguistici parziali e la tipologia del testo. Un ruolo centrale lo ha la costellazione parlante-ascoltatore anche nella ricerca della cortesia linguistica, nella quale, tra l'altro, il significato di espressione positiva e negativa rispetto al gesto positivo e negativo e all'espressione del viso e alla perdita della faccia è unito rigorosamente ai ruoli del parlante e dell'ascoltatore (cfr. p. es. Brown/Levinson 1987; più precisamente per il rapporto di gentilezza e quello parlante-ascoltatore: Kresta 1995, 19-29). Nel suo sistema linguistico funzionale Halliday (1976, 1981, 1985) distingue fra tre metafunzioni della lingua che contrassegna come funzione ideativa (*ideational function*), testuale (*textual function*) e interpersonale (*interpersonal function*). Con l'aiuto della metafunzione interpersonale, il parlante etichetta il ruolo sociale, che accetta nella comunicazione in rapporto con l'ascoltatore (cfr. Halliday 1981, 328). La costellazione parlante-ascoltatore è per Halliday, quindi, un rapporto interdipendente e sociale, nel quale i ruoli dei partecipanti si dedicano al loro reciproco rapporto.

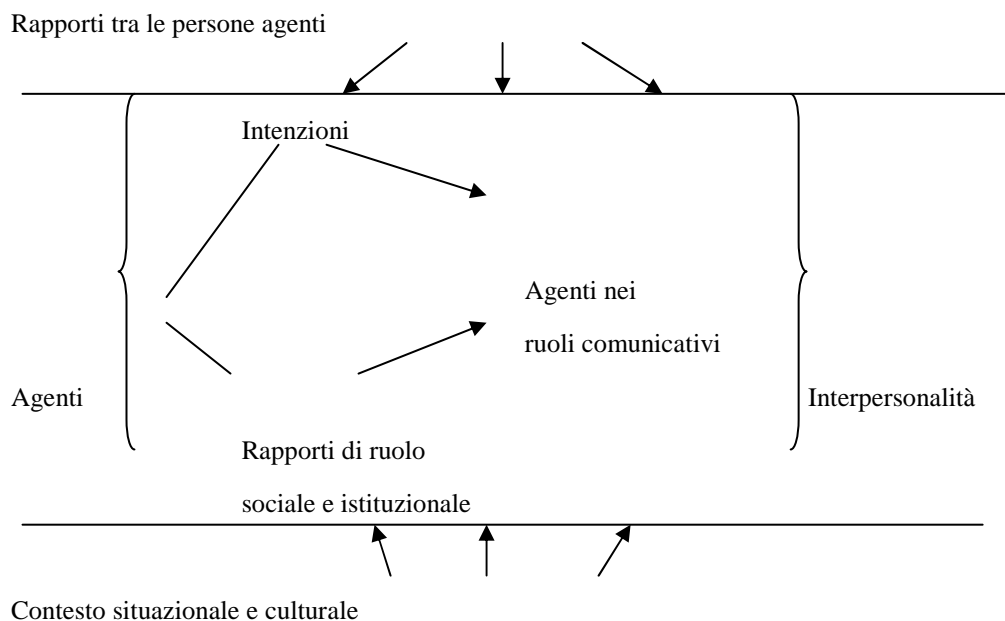
Ma già prima della pragmatica linguistica e della linguistica del sistema di Halliday c'erano molti strati di ricerca, che i ruoli del parlante e dell'ascoltatore avevano riscontrato tra vari aspetti. Così p. es. già Aristotele aveva diviso l'*Ethos* (rapporto di trasmissione), il *Pathos* (rapporto del destinatario) e il *Logos* (rapporto di argomento). In maniera adeguata Karl Bühler (1934) colloca nel suo modello-organo tra parlante, ascoltatore e oggetto della comunicazione la funzione di espressione, di appello e di rappresentazione della lingua, e R. Jakobson distingue tra funzione espressiva e conativa e funzione del comunicare.

2. Interpersonalità e lingua.

Con la parola interpersonalità si intenderà più avanti la costellazione della comunicazione scrittore-lettore, rispetto a quella parlante-ascoltatore, come si dedica al reciproco rapporto dell'agente nella situazione corrispondente della comunicazione che si prenderà in considerazione e sarà elaborata dal parlante/scrittore nella sua definizione di situazione. Il rapporto dell'agente comprende i rapporti sociali (appartenenza di livello, generazionale e sessuale), i rapporti di ruolo istituzionali (cfr. Sandig 1986, 239) e i ruoli comunicativi degli agenti che si ricavano da questi rapporti e dalle intenzioni d'azione corrispondenti.

L'interpersonalità può anche essere compresa in altro modo, se è presa considerando l'organizzazione del rapporto tra gli individui che partecipano alla comunicazione oltre che l'appartenenza ai ruoli (cfr. p. es. Sandig 1986, 239-240). Questo concetto d'interpersonalità spiegato più avanti comprende anche il modo per organizzare i rapporti tra gli individui all'interno dei ruoli sociali e comunicativi, come forse simpatia-antipatia, vicinanza-distanza, positivo-negativo ecc. (cfr. Sandig 1986, 240-241). I mezzi linguistici interpersonali possono essere adeguatamente compresi in modo più ristretto o più allargato. I mezzi linguistici interpersonali in senso stretto sono costituiti da forme espressive con le quali si possono indicare i ruoli sociali, istituzionali e comunicativi dei partecipanti alla comunicazione, mentre i mezzi in senso più ampio abbracciano anche i mezzi d'espressione del modo (modale) di organizzare la relazione.

Schematicamente l'interpersonalità e gli aspetti che la evidenziano si possono rappresentare nel modo seguente:



Il pensiero, in seguito, si troverà alla base delle seguenti riflessioni che la comunicazione linguistica è sempre dialogica, in altre parole il produttore (scrittore/parlante) e il ricevente (lettore/ascoltatore) sono sempre registrati nel testo (cfr. p. es. Vološinov 1990; Bakthin 1981). Si accetta anche che questi testi, che sono considerati tradizionalmente come monologici, presentino una costellazione produttore-ricevente. “Le azioni linguistiche eseguite monologicamente e dialogicamente sono relative al destinatario, poiché il parlante/scrittore deve acquisire il sapere concreto e la propria competenza comunicativa o dei suoi destinatari nella situazione, a ogni frammento del suo agire” (Sandig 1986, 227). C’è anche da tener presente che l’ascoltatore registrato in ogni testo deve essere distinto dal lettore e da un ascoltatore concreto rispetto al lettore (cfr. anche per la distinzione tra lettori interni ed esterni: Park 1982, 249). Ciò significa che il parlante rispetto allo scrittore ha, con la sua definizione di situazione, sempre una sicura presentazione di un potenziale ascoltatore rispetto a un

lettore (dell'ascoltatore/lettore), anche se non rivolge il suo testo a una determinata persona o gruppo.

Per la marcatura dell'interpersonalità sono a disposizione del parlante molti mezzi d'espressione linguistica. I mezzi linguistici che servono alla marcatura dell'interpersonalità possono essere contrassegnati come mezzi linguistici interpersonali (cfr. Kresta 1995, 32). Con la marcatura si può differenziare tra l'altro il riferimento tra parlante e ascoltatore a seconda che si tratti di identificare uno o l'altro. L'identificazione può risultare diretta o indiretta. Il parlante può anche evitare l'identificazione e formulare la sua asserzione riferendosi alla cosa e di conseguenza all'oggetto. All'aspetto dell'identificazione appartiene la marcatura linguistica dell'interpersonalità, l'asserzione d'opinione (espressiva) del parlante che si arrende al suo atteggiamento di fronte all'ascoltatore e si mostra nella forma dei verbi modali e delle particelle di digradamento (cfr. anche per le opzioni come le decisioni che il parlante incontra con la marcatura linguistica delle relazioni interpersonali: Kresta 1995, 59-61).

L'interpersonalità e quindi la sua definizione varia a seconda della situazione, della cultura, del periodo e dell'individuo parlante, e quindi la sua marcatura linguistica presenta la variazione 1) specifica del tipo di testo, 2) interlinguistica e quindi interculturale, 3) diacronica e 4) idioletale.

La variazione specifica del tipo di testo si dedica a ciò che la costituzione del testo determina ampiamente con fattori esterni al testo (compresa la costellazione produttore-ricevente). Le differenze nella combinazione dei fattori esterni al testo si spiegano su livelli linguistici come le variazioni specifiche del tipo di testo (cfr. p. es. Lux 1981, 35-36; Brinker 1988, 124). Come già accennato sopra, la costellazione produttore ricevente e la sua promessa dipendono rigorosamente dall'intenzione dell'azione e dalla struttura dell'azione della comunicazione. Dalla struttura dell'azione e quindi dalla funzione del testo dominante dipende p. es. il

modo in cui viene esplicitamente incluso il ricevente nella comunicazione o meglio registrato nel testo. La valenza dei verbi performativi, che segnalano la corrispondente funzione del testo (dominante), rispecchia nuovamente lo stato delle cose, cioè il riferimento al mittente, alla cosa e all'ascoltatore è deducibile dalla valenza dei verbi performativi che segnalano la funzione del testo dominante corrispondente. P. es. con il tipo di testo "esecuzione" si ha in primo piano lo stato di cose presentato (eccetto il produttore, cioè il relatore), mentre il ricevente rimane potenzialmente centrale (non attualizzato). Il verbo *declamare* (nel significato di "esporre oralmente") corrisponde a un verbo bivalente, che accanto agli attanti del soggetto (producenti) esige il complemento in accusativo. Lo stesso si trova nel tipo di testo "recensione" ("discussione"), con il quale c'è in primo piano lo stato di cose da recensire (accanto al produttore/recensore). Anche i verbi *discutere* e *recensire* sono bivalenti: alla loro valenza appartengono l'attante soggetto in nominativo e un attante oggetto in accusativo. È anche possibile che uno degli attanti sia presupposto più debole dell'altro (degli altri). P. es. il verbo *referire* ha come attanti obbligatori il soggetto in nominativo e l'oggetto in accusativo o preposizionale, mentre il complemento indiretto è presupposto in modo più debole del completamento facoltativo (cfr. Engel/Schumacher 1976, 143). Anche con (la classe) il tipo di testo "relazione" il ricevente (colui a cui viene riferito qualcosa) è presupposto in modo relativamente debole e quindi prospettato a differenza p. es. del (della classe) tipo di testo "dialogo" con il quale si prospetta il ricevente anche come complemento indiretto corrispondente con il verbo *parlare*: *Max spricht über seine Probleme mit seinem Bruder*. Già i verbi preformativi specifici del tipo di testo indicano che nei diversi tipi di testo "sono convenzionali i diversi modi per riferirsi al destinatario" (Sandig 1986, 236).

Tra il riferimento al parlante, alla cosa e all'ascoltatore teorico dell'azione, fondato e pragmatico e la marcatura linguistica non c'è alcun

rapporto 1:1; p. es. i tipi di testo che dalla loro struttura d'azione qui si appellano in modo forte all'ascoltatore e quindi si prospettano all'ascoltatore, possono essere formulati in modo assoluto in riferimento alla cosa o al parlante, p. es. le disposizioni, gli ordini o i testi pubblicitari.

È anche da prendere in considerazione che le dichiarazioni linguistiche con le quali si possono attuare le azioni nel senso di atti linguistici, costituiscono solo una parte della promessa della costellazione parlante-ascoltatore. Come già accennato sopra anche l'organizzazione del rapporto può essere calcolata per l'interpersonalità eccetto i ruoli sociali e comunicativi degli agenti, cioè come partner della comunicazione agiscono uno con l'altro verbalmente (e non verbalmente). Quest'aspetto del *come* dell'interpersonalità può essere visto svolgendosi in base ad Adamzik (1984, 109-111) come "diagonale" alla struttura dell'azione (all'atto linguistico), come un modo di "azione di simultaneità" che nei testi (passando sopra i singoli atti linguistici) possono assumere forme d'espressione diverse a livelli differenti (cfr. Adamzik 1984, 123-127; cfr. anche Sandig 1986, 243-244). Un'espressione linguistica "può anche essere interpretata sia in considerazione alle qualità linguistiche che a quelle di relazione" (Sandig 1986, 243).

Le funzioni testuali identiche e comunicative dedicano al limitato rapporto parlante-ascoltatore le differenze interculturali e interlinguali e ne consegue che la definizione di situazione presuppone a seconda della cultura modi di comunicazione diversi. Tra simili condizioni esterne al testo emergono nelle diverse culture e comunità linguistiche convenzioni diverse dei tipi di testo. Ciò che riguarda la differenza interlinguale nella formulazione del tipo di testo che riguarda l'ascoltatore, la cosa e il parlante, ci sono differenze sia nella dimensione orizzontale sia in quella verticale. La dimensione orizzontale si riferisce alla scelta tra le formulazioni che si riferiscono al parlante, alla cosa e all'ascoltatore e alla loro parte quantitativa, al contrario quella verticale si riferisce alle

differenze nel modo di formulare all'interno dei gruppi principali già citati. Un esempio per le differenze orizzontali sarebbe tra l'altro la diversa prospettiva di rappresentazione nelle trattazioni letterarie tedesche e inglesi, che Kußmaul (1978) ha osservato in un suo studio, mentre il "lei" tedesco rispetto al finlandese "tu" sarebbe un esempio di differenziazione nella dimensione verticale: in entrambi i casi si tratta di una formulazione che si riferisce all'ascoltatore che le è utilizzata in situazioni di comunicazione congruenti.

L'interpersonalità come segno costitutivo del testo e le interpretazioni riguardo a ciò si possono cambiare anche con il tempo e i rapporti sociali, così si hanno anche delle conseguenze linguistiche: nascono nuove convenzioni, nuovi modelli d'impostazione testuale che sono caratteristici per i corrispondenti periodi di tempo (cfr. p. es. Ylönen 1993; Finkenstaedt 1981, 153; Ammon 1972; Schürmann 1994; Nyholm 1996).

E, infine, nell'uso della lingua ci sono sempre anche delle differenze di idioletto: i parlanti possono definire in maniera diversa la situazione e/o trarre da ciò differenti conclusioni per il loro comportamento linguistico.

3. L'interpersonalità come stile del tipo di testo con fattori costitutivi nel tedesco e nel finlandese.

In seguito descriverò sulla base degli esempi sulla lezione contrastiva tedesco-finlandese il tipo di testo come differenza che si può verificare nella marcatura linguistica dell'interpersonalità tra le due lingue. In primo luogo mi concentrerò sugli aspetti quantitativi dell'espressione dell'interpersonalità, sulla domanda della formulazione che si riferisce al mittente, alla cosa e al destinatario e il suo contrario. La domanda centrale suona così:

1) esistono tra il tedesco e il finlandese differenze se il parlante formula la sua dichiarazione riferendosi al parlante, al destinatario o alla cosa, se vuole rivolgersi al suo destinatario in una determinata situazione con un determinato interesse?

2) I diversi tipi di testo presentano differenze a questo riguardo?

Il riferimento all'emittente, al destinatario e alla cosa è operato principalmente in base al soggetto della frase (e del predicato) e del pronomi possessivo rispetto al suffisso possessivo. Il parlante si può riferire all'ascoltatore usando varie (sostantivate) parole sintatticamente libere (nomi, titoli e cognomi, titoli, vezzeggiativi, ecc.). Il parlante può anche evitare il riferimento (diretto) a se stesso o all'ascoltatore e utilizzare p. es. il passivo e varie perifrasi passive. I tipi di testo, che sono inclusi nella riflessione, sono:

- 1) Necrologi (Piitulainen 1993);
- 2) Colloqui quotidiani (Laiho 1997);
- 3) Prospetti di lavoro bancario e delle telecomunicazioni (Tenhonen-Lightfoot 1992);
- 4) Recensioni (linguistiche).

La ricerca si trova alla base di un'analisi tra testi paralleli (cfr. p. es. Reiß/Vermeer 1984, 194-196), cioè i testi e le parti di testo tedeschi e finlandesi non sono in una relazione uno con l'altro con la traduzione, ma presentano un'equivalenza comunicativa e pragmatica: assolvono la stessa funzione comunicativa in una simile situazione di comunicazione (cfr. per i vari tipi di equivalenza del confronto tra i testi: Kretzenbacher/Thurmair 1992, 135-136).

3.1. Necrologi.

In base all'analisi degli annunci funebri in lingua tedesca e finlandese si può notare che l'emittente (inserente) si rivela più esplicito nella lingua tedesca che in quella finlandese. Questo è dovuto tra l'altro al fatto che gli annunci funebri in tedesco sono (possono essere) costituiti da frasi sintatticamente complete, mentre gli annunci in finlandese sono redatti con uno stile telegrafico. La frase tedesca sintatticamente completa può p. es. contenere un verbo performativo rispetto a un sintagma verbale, che segnala la posizione testuale "comunicare" (*comunicare, mettere a conoscenza, comunicare qualcosa, rendere noto* ecc.). Come soggetto, poi, compare di regola il *noi*, che rimanda all'emittente. Lo stesso si trova nelle frasi con un verbo predicativo che si orienta verso l'inserente come *essere in lutto, congedarsi*, il cui oggetto si riferisce al defunto (cfr. Piitulainen 1993, 154-156). I pronomi possessivi rimandano anche agli emittenti (*il mio amato marito, il nostro caro fratello, cognato e zio*, ecc.). Nelle parti comunicative corrispondenti degli annunci funebri in finlandese l'emittente compare solo nella forma del suffisso possessivo (principalmente la prima persona plurale) prima del nome del defunto: *Rakkaamme* ("nostro adorato"). Negli annunci mortuari in tedesco ci si riferisce direttamente anche al destinatario se si adopera un verbo performativo rispetto a un sintagma, il cui oggetto si riferisce al mittente. Lo stile telegrafico del finlandese non permette questo.

Ci sono anche nei livelli verticali differenze nella manifestazione dell'interpersonalità e certamente anche in questo poiché si differenziano i rimasti in vita: negli annunci in finlandese si trovano nella maggior parte dei casi solo nomi o appellativi che esprimono i rapporti di parentela con i vivi, mentre negli annunci in tedesco nella maggior parte dei casi sono indicati sia il nome di battesimo sia il cognome (Piitulainen 1993, 167).

Per poter verificare se la figura [il materiale della ricerca (1993) risale al 1989] nel corso di dieci anni è cambiata ho fatto una piccola "analisi

indietro". Il nuovo materiale era relativamente poco: 27 annunci funebri dal "Frankfurter Rundschau" e 27 dal quotidiano finlandese interregionale "Aamulehti" dell'estate del 1999. Si è dimostrato che la situazione non è essenzialmente cambiata. L'emittente (inserente) compare nel ruolo del comunicante negli annunci in finlandese sempre e solo nella forma del suffisso possessivo della prima persona plurale (-*mme*) e nel nome di battesimo dei congiunti, mentre negli annunci in tedesco il pronome *noi* (in frasi sintatticamente complete) richiama l'attenzione sull'emittente ed è usato accanto al pronome possessivo. Nella metà circa degli annunci analizzati dal "Frankfurter Rundschau" emergeva il pronome *noi* o nella parte comunicata dell'annuncio o nella parte di specificazione che seguiva.

Nella maggior parte degli annunci tedeschi i congiunti presentano il loro nome completo (nome di battesimo + cognome). Nel materiale nuovo è stato usato una sola volta oltre al nome anche il titolo (*Prof. Dott.*), nel finlandese è completamente escluso. Il nome di battesimo è stato espresso solo in due annunci e il pronome possessivo di seconda persona singolare (*i tuoi figli con le famiglie e i congiunti*) appare solo una volta (nella parte dell'inserente). L'utilizzo dei nomi di battesimo e dei pronomi possessivi introduce negli annunci una nuova prospettiva: l'emittente (il comunicante) non sembra più (solo) comunicare con un gruppo di destinatari certi ma non più precisi, ma con il defunto. Anche con gli annunci in lingua finlandese, nei quali l'uso del nome di battesimo è prima che una regola un'eccezione, ci si domanda se ciò si deve interpretare come un segno per la mancanza di formalità finlandese, che tra l'altro è dimostrata nell'uso del "tu" a dispetto del "lei" tedesco, che è rivolto al defunto come destinatario. Gli annunci tedeschi, nei quali è espresso solo il nome di battesimo, possono essere compilati in uno stile personale e sciolto (p. es.: *saluti, la tua Hanna*). Anche se tali annunci si presentavano isolati, ci si può domandare, se può significare un cambiamento delle convenzioni nella direzione della mancanza di formalità.

3.2. Colloqui comuni.

Teija Laiho (1997) si occupa nella sua relazione sulle licenze della gentilezza linguistica. Nella parte empirica del suo lavoro esamina le dichiarazioni dei madrelingua tedeschi e finlandesi e degli studenti finlandesi che parlano tedesco e degli studenti di germanistica (81 esaminati per gruppo) in ogni situazione comunicativa fittiva. Nella maggior parte di queste (“salutare”, “al tavolo della colazione”, “in panetteria”, “non sentire o non comprendere qualcosa”) si tratta di classi di tipi di testo di chiacchierate quotidiane e di atti linguistici diretti. L’indagine mostrava tra l’altro – a parte la nota differenza culturale tra il “tu” e il “lei” (cfr. p. es. Tiittula 1993, 102-106) – che gli esaminati finlandesi p. es. quando comprano (dal panettiere) si rivolgono spesso (in 38 casi su 81) con il “per favore” indirettamente e impersonalmente al venditore (p. es. *Mikä täällä olisi parasta leipää?* -, *Welches Brot wäre (hier) das beste?*) (Laiho 1997, 118). Il relativo modo d’esprimersi è apparso solo in tre casi (su 81) tra gli esaminati tedeschi (Laiho 1997, 95). La maggior parte degli esaminati tedeschi (78 su 81) si è rivolta al venditore direttamente con il “lei”, vale a dire nel tedesco l’attante del verbo performativo che segnala l’azione linguistica, e tale verbo indica la persona che è pregata di qualcosa o invitata a fare qualcosa, è prospettato nella comunicazione come nel finlandese.

L’evitare il discorso diretto degli esaminati finlandesi si è visto anche in altre situazioni del test. “Al tavolo per la colazione” si trattava tra l’altro di chiedere un uovo per la colazione. La richiesta è stata formulata dagli esaminati tedeschi in 18 casi (su 81) in riferimento al destinatario (p. es.: *Könnten Sie mir noch ein Ei geben?*) (Laiho 1997, 88), mentre in nessun caso con gli esaminati finlandesi (Laiho 1997, 114-115). Gli esaminati finlandesi hanno formulato la loro richiesta sotto forma di domanda o affermazione riferita al parlante (usando il condizionale) (p. es.: “*Saisinko*

vielä yhden munan? – Könnte ich noch ein Ei bekommen?”; “*Mä voisin ottaa vielä yhden munan – Ich könnte noch ein Ei nehmen*”) o in modo completamente impersonale (“*Olisiko niitä munia vielä? – Gäbe es noch Eier?*”). La formulazione riferita al parlante del tipo “*Könnte ich (bitte) /Könnte ich vielleicht/wohl/noch ein Ei bekommen*” o “*Darf/Dürfe ich noch ein Ei bekommen?*” è apparsa abbastanza spesso anche tra gli esaminati tedeschi, mentre è mancata l’espressione riferita puramente alla cosa.

Complessivamente i soggetti finlandesi esaminati sono inclini a formulare la loro richiesta più spesso di quelli tedeschi indirettamente in riferimento al parlante o puramente alla cosa.

L’indagine di Teija Laiho mostrava anche la nota differenza culturale di comportamento nel rivolgere la parola nel tedesco e nel finlandese, nel finlandese non è abituale menzionare il nome del partner del discorso (cfr. p. es. Tiittula 1993, 107-108; Salo-Lee/Tarvainen 1995, 92-93). Nella situazione di salutare i soggetti finlandesi esaminati hanno utilizzato rispondendo in tedesco la semplice forma “*Buon giorno*”, che non è mai stata usata dai soggetti tedeschi (Laiho 1997, 80, 83). Nelle espressioni corrispondenti dei madrelingua finlandesi non compare mai il nome del partner del dialogo (Laiho 1997, 112-113).

L’indagine confermava anche la nota differenza culturale tra la Finlandia e la Germania, in Finlandia si dà di più del “tu” che in Germania. Questa differenza è apparsa in parecchie situazioni del test. È risultato anche interessante che gli studenti finlandesi di germanistica conoscono perfettamente le convenzioni tedesche meglio degli studenti finlandesi, cioè usano meno il “tu” degli altri studenti. P. es. nella prima situazione del test si trattava del primo incontro con i genitori di un amico di penna finlandese e di uno tedesco a Helsinki piuttosto che a Bonn e del saluto in questa situazione, ci fu da osservare delle chiare differenze. Dei soggetti tedeschi esaminati 45 (su 81) danno del “lei” al padrone di casa, degli studenti finlandesi che parlano tedesco solo 9 e degli studenti finlandesi di

germanistica 23. Dalle frasi dei soggetti finlandesi che parlavano finlandese non risultava se veniva dato del “tu” o del “lei”, poiché veniva evitato il titolo personale, ma le forme di saluto usate in modo informale (*hei* o *terve*) e rimandano all’uso del “tu” (cfr. Laiho 1997, 112-113). Lo stesso è apparso tra l’altro anche nella quinta situazione, nella quale si trattava di rivolgersi in una lettera a vecchi conoscenti (un’anziana coppia). Degli esaminati tedeschi 70 casi su 81 si sono rivolti ai conoscenti con il “lei”, il pronome “*tu*” non è apparso neppure una volta e in tre casi è stato usato il pronome *voi*. I numeri corrispondenti erano presso gli scolari finlandesi (che parlano il tedesco) 32, 3 e 36 e presso gli studenti finlandesi di germanistica (che parlano tedesco) 51, 0 e 21. I madrelingua finlandesi al contrario hanno usato il pronome *te* (“voi”) in 69 casi e *Te* (“lei”) solo in tre casi.

3.3. Prospetti di lavoro bancario e delle telecomunicazioni.

L’orientamento personale più forte dello stile tedesco della comunicazione appare anche nello studio di Erja Tenhonen-Lightfoot (1992). Secondo la sua indagine sui prospetti di lavoro nelle banche e nelle telecomunicazioni in Germania e in Finlandia, nei quali ci si occupa del comportamento della comunicazione, i testi tedeschi mostrano rispetto a quelli finlandesi un riferimento più forte nei confronti del destinatario (con il 69% del materiale che si riferisce al numero assoluto delle forme verbali finite), in questi testi il riferimento al destinatario ammonta al 55%. Un riferimento esplicito al destinatario risulta già dalla valenza del verbo performativo *vorstellen* che segnala le funzioni testuali dominanti, esso è trivalente: *x stellt y z vor* con cui tuttavia l’argomento che indica a chi è presentato qualcosa, è presupposto più debolmente degli altri due argomenti, ciò si manifesta sulla superficie sintattica nella facoltà degli

attanti in dativo (cfr. Engel/Schumacher 1976, 293). Con la conversazione, l'autrice differenzia due gruppi principali: il discorso diretto, il discorso indiretto e l'evitare il discorso. Il discorso diretto può avvenire sotto forma di pronomi (soprattutto *tu*, *voi*, *lei*) o di determinati sostantivi (titoli, nomi propri, soprannomi ecc.). Il discorso indiretto serve soprattutto un sostantivo o un pronome in terza persona riferito al destinatario (del tipo: *Was möchte die Dame/sie? – Möchten die Herren noch etwas?*). Con l'evitare o l'eludere il discorso si tratta di espressioni che non si riferiscono esplicitamente al destinatario, ma nel contesto includono implicitamente il destinatario. Le tipiche forme dell'evitare il discorso sono il passivo e varie costruzioni generiche (prima di tutto il tedesco *man* e la corrispondente costruzione finlandese senza soggetto). Per evitare il discorso Erja Tenhonen-Lightfoot conta anche l'elisione del discorso (del tipo: *Wie geht's?* Al posto di *Wie geht's Dir?*) con il quale si deve integrare nel contesto un sostantivo o un pronome che si riferisce al destinatario (cfr. Tenhonen-Lightfoot 1992, 30-56).

Le differenze tra la lingua tedesca e quella finlandese non erano presenti secondo il suo esame solo nella frequenza totale delle espressioni riferite al destinatario, ma anche nella suddivisione dei tipi di discorso e nella dimensione verticale dei tipi principali. Il discorso diretto era nel corpus tedesco complessivamente più consueto che nel finlandese: circa il 52% delle frasi tedesche (delle unità con un verbo finito) racchiudono un discorso diretto, mentre la percentuale corrispondente per il corpus finlandese non superava il 36% (cfr. Tenhonen-Lightfoot 1992, 97). Anche il discorso indiretto nel corpus tedesco era più frequente che in quello finlandese: le percentuali per il discorso indiretto erano del 10,36 per la lingua tedesca contro il 6,39 per quella finlandese, mentre la proporzione per l'uso del passivo e delle costruzioni generiche era inversa: 3,91% per il materiale tedesco e 10,16% per quello finlandese (cfr. Tenhonen-Lightfoot 1992, 101, 103, 113).

Le differenze nella dimensione verticale rispecchiano la già citata differenza tra il finlandese “tu” e il tedesco “lei”: il discorso diretto tedesco appariva nella maggior parte dei casi (50,53%) nella forma del “lei”, mentre dominava (36%) l’espressione finlandese per il discorso diretto *sinä* (“tu”) (cfr. Tenhonen-Lightfoot 1992, 96, 112-113).

Le differenze ci sono anche tra i tipi di testo esaminati. Così come nei prospetti di lavoro bancario tedeschi anche in quelli finlandesi era p. es. presente il discorso diretto più frequentemente che nei prospetti delle telecomunicazioni, ciò risale al contenuto differente e al personale e diverso carattere del prospetto a cui è unito (cfr. Tenhonen-Lightfoot 1992, 97, 113). Sia i discorsi indiretti che l’elisione del discorso al contrario in entrambe le lingue comparivano più spesso nei prospetti delle telecomunicazioni che in quelli del lavoro bancario (cfr. Tenhonen-Lightfoot 1992, 101, 103, 113).

3.4. Recensioni.

Le recensioni sono nei tipi di testo trattati gli unici che nell’espressione dell’interpersonalità non mostrano alcuna differenza interculturale notevole. Per le recensioni è tipico che il destinatario sia poco prospettivato, ciò segue già dalla qualità della valenza dei verbi *rezensieren* e *besprechen*. Entrambi presuppongono due argomenti: *x rezensiert/bespricht y*. Ciò che si riferisce alla verbalizzazione del primo argomento (del recensore) vale per entrambe le lingue, il recensore si mostra saltuariamente sul livello del testo. Le recensioni, in entrambe le lingue, sono formulate in primo luogo i riferimento alla cosa: l’opera da commentare e lo stato di cose da prendere in considerazione si trovano in primo piano. Io ho analizzato di volta in volta 20 recensioni linguistiche dalla rivista “Deutsch als Fremdsprache” e “Virittäjä” dell’anno 1998. Tra le recensioni in finlandese c’erano circa 10

(la metà) recensioni che contenevano almeno una *minä-form* (prima persona singolare). Nelle recensioni esaminate in lingua tedesca c'era un riferimento pronominale diretto (la prima persona singolare o plurale) meno frequente che nella lingua finlandese. È apparso in 6 casi su 20. Per entrambe le lingue è distintivo che un soggetto pronominale, che si riferisce al recensore, appare principalmente nei verbi che indicano o un atteggiamento personale (*glauben, halten, hoffen, imponieren, zweifeln, vermissen, ecc.*) o hanno una funzione metadiscorsiva (*sich auf etw. beschränken, zur Sprache bringen, darstellen, ecc.*):

1) *Avrei desiderato e ritenuto* a questo punto un equilibrio maggiore e un intervento più vasto sul lavoro d'insegnamento - Deutsch als Fremdsprache il più possibile diverso.

2) Tuttavia non *esito* a raccomandare a qualcuno il presente libro, che è dedicato all'insegnamento del tedesco come lingua straniera.

3) *M'impressiona* la quantità dei diversi tipi di esercizio e di compiti ...

4) *Otan tässä puheeksi* yhden näkökulman (faccio parlare)

5) Vaikka artikkelit tarjoavat runsaasti eri näkökulmia, *jäin* silti *kaipaamaan* suurempia linjoja ja visioita (ha descritto)

6) Oittinen tarjoaa kyllä paljon esimerkkejä näkemystensä tueksi, mutta *olis*in *toivonut* kokonaisuudelta hiukan analyyttisempaa otetta (avrei desiderato).

Tra le recensioni naturalmente c'è anche una grande differenza idiodialettale. La frequenza della comparsa di *minä* rispetto ad *io* varia da zero a sette (in una recensione finlandese – il più alto numero nelle recensioni tedesche fu di quattro).

Una differenza più chiara tra le recensioni in lingua finlandese e in lingua tedesca è costituita dal fatto che il cosiddetto autore-*noi*, che nelle recensioni in lingua tedesca analizzate compare quasi più spesso dell'autore-*io* non è mai usato in finlandese.

7) Potreste servirvi del *nostro parere* anche come esempio per ulteriori pubblicazioni per altri gruppi di parole vicine di significato.

8) Allo studente autonomo (...) *vorremmo affidare* la revisione parallela di entrambe le parti.

L'osservazione che nella lingua tedesca l'autore-*noi* compare abbastanza spesso di fronte all'autore-*io* si trova in accordo con lo studio di Ronald Kresta, che ha confrontato uno con l'altro i tipi di testo linguistici, ma anche le recensioni che riguardano l'interpersonalità nella lingua inglese e in quella tedesca. Secondo la sua ricerca, la frequenza della presenza dell'*io* è dello 0,2% nelle forme verbali finite (complessivamente 1645), mentre la frequenza del *noi* è dello 0,5%. La sua analisi mostra complessivamente che gli autori-*io* e gli autori-*noi* si presentano nella lingua tedesca più raramente dei pronomi corrispondenti nelle recensioni in lingua inglese, nelle quali la percentuale per l'*I* è del 2,9% e dell'1,5 per il *we* (cfr. Kresta 1995, 167, 179). L'analisi di Sabine Fiedler invece ha mostrato che la persona del recensore si trova molto più in primo piano nella forma della prima persona singolare nei testi in lingua esperanto che nelle recensioni in lingua inglese (cfr. Fiedler 1992, 157-158).

Nei pochi esempi in lingua finlandese, nei quali appare *me* ("noi"), non si tratta chiaramente solo dell'autore-*noi*, che è sostituibile con il pronome di prima persona singolare, ma piuttosto di un *me* collettivo (p. es. nel significato di "noi finlandesi"). Di quale funzione si tratta utilizzando di volta in volta *noi* rispetto a *me*, si può solo decidere contestualmente. Anche

nei casi dell'autore-*noi* non si tratta solo della prospettiva del produttore, ma con l'uso della prima persona plurale "il recensore include il lettore nella sua spiegazione; egli lo osserva in comune con la sua propria persona come lettore (futuro) dell'opera recensita" (Fiedler 1992, 157).

Complessivamente l'analisi mostra che la persona del recensore nelle recensioni linguistiche in lingua tedesca e finlandese rimane sullo sfondo. Le recensioni sono redatte principalmente in relazione alla cosa che tra l'altro mostra che come soggetti delle frasi ci sono spesso soggetti-oggetti, i quali si riferiscono all'argomento, al libro o alla lingua da recensire. Il soggetto è spesso anche il nome dell'autore dell'opera da recensire o l'appellativo corrispondente *l'autore/l'autrice*.

Anche in seguito quando avviene la recensione dalla prospettiva della persona che recensisce viene evitato un riferimento diretto al recensore. In entrambe le lingue questo è il più usuale per usare mezzi espressivi immediati: il passivo e le sue forme concorrenti, la costruzione con il generico *man* (in tedesco) e la costruzione corrispondente senza soggetto (terza persona singolare, in finlandese), il pronome generalizzante *wer* (...*der*) e rispettivamente (*se*) *joka* e l'ellissi:

9) Per lo "stile linguistico del traffico quotidiano" *si può constatare* un disavanzo simile".

10) *Chi si aspetta* anche qui la sistematica e la compenetrazione teoretica, *viene deluso*.

11) Un giudizio del presente libro non *riesce* per niente *facile*.

12) Salta all'occhio che tra queste parole ci sono molte quantità. Certamente *si potrebbe discutere* sulla delimitazione di singole varianti (...).

13) *Dovrebbe risultare evidente che...*

14) Sittä *olisi toivonut* tarkempaa metodin esittelyä ja jonkinlaista yhteenvetoa jo siitakin syystä että kaikkia heidän kekeisiä teoksiaan (esim. 1983) ei ole enää kustantajalta saatavissa (“Si avrebbe desiderato”).

15) Tuloksista *voi* kuitenkin *poimia* esimerkiksi sen, että normaalienkin lasten yksilölliset erot ovat varhaisessa vaiheessa huomattavan suuria (“Si può menzionare”: testualmente: “Risaltare”).

16) Tutkijoiden ajattelutavassa *viehattää* se, että he ottavat huomioon puheen prosodian, semantiikan ja lapsen maailmantiedon (“piace a qualcuno”).

In entrambe le lingue il recensore si può avvicinare all’oggetto anche dalla prospettiva di un lettore e si può indirettamente qualificare come lettore e nello stesso tempo includere nel suo testo i potenziali lettori:

17) Il quinto titolo (...) promette adesso il passo che *il lettore* si aspettava per la propria richiesta di lavoro ...

18) *Lukija* jää kuitenkin pohtimaan muutamia seikkoja (“il lettore”).

Nelle recensioni in lingua tedesca si verificavano anche le indicazioni indirette *dell’osservatore* e *del recensore* che non emergevano nelle recensioni esaminate in finlandese:

19) *All’osservatore* colpisce che i compiti e gli esercizi sono frequentemente nominati nello stesso istante.

20) Le esperienze *del recensore* confermano che l'autoredazione di testi può essere un mezzo d'educazione stilistica più effettivo del lavoro recettivo con il materiale testuale presentato.

Che la persona del recensore si trovi sullo sfondo dipende sicuramente da molti fattori d'insieme. Il primo si tratta di un tipo di testo che è da correlare al complesso delle lingue scientifiche. Come segno caratteristico generale della lingua scientifica è necessario che la rappresentazione oggettiva della cosa debba trovarsi in primo piano. Il secondo si tratta della recensione di un tipo di testo che ha insieme alla funzione valutativa una funzione informativa chiaramente riconoscibile, che si riferisce anche al modo di rappresentare riferito all'oggetto. Anche la domanda dell'intertestualità della recensione è legata strettamente a questo: una forte imitazione del pre-testo da recensire e la referenza sembra riportare in conseguenza a ciò la persona del recensore sullo sfondo. L'analisi mostra che il riferimento esplicito al recensore non dipende solo da un uso linguistico idioletale, ma anche da entrambe le funzioni testuali della recensione, da valutazioni o informazioni e quindi da referenti, e sono più forti in primo piano. L'aspetto di movimento e l'atteggiamento personale del recensore sono correlati all'esplicito riferimento al recensore. Il terzo è da prendere in considerazione con la recensione che tratta della comunicazione tecnica, con la quale il recensore non recensisce solo se stesso, ma può anche essere esaminato attraverso le sue recensioni. "I recipienti potenziali sono informati di ciò non solo sulla pubblicazione oggettiva e su ciò che è recensito, ma devono spesso anche verificare la scientificità e la conformità della recensione e con ciò esaminare il recensore" (Liang 1991, 294). Questa perizia bivalente contribuisce sicuramente al fatto che il recensore annuncia la sua propria persona e attraverso l'applicazione di una formulazione generica del recipiente "attira" alla comune formazione del significato.

4. Previsione.

Riassumendo la tendenza, si può concludere che la persona del ricevente e/o del produttore viene meno alla luce nei tipi di testo finlandesi che nei corrispondenti tipi di testo tedeschi (cfr. anche per la distinzione nell'esplicito indirizzo tra i talk-show in lingua tedesca e in lingua finlandese: Tiittula in questo volume). Lo stile finlandese della comunicazione si poteva caratterizzare in confronto a quella tedesca come meno orientato verso la persona. Dall'altra parte deve essere registrato che esso presenta differenze specifiche del tipo di testo nella marcatura linguistica dell'interpersonalità: le recensioni si distinguono anche in tedesco attraverso un modo di rappresentazione prevalentemente riferito alla cosa, e i prospetti della telecomunicazione sono formulati più in riferimento alla cosa che i prospetti di lavoro bancario.

C'è una domanda, da far concordare, che avrebbe il valore di una ricerca più ampia: quanto sono estese queste differenze nella marcatura dell'interpersonalità con le ulteriori differenze e dimensioni, che sono state menzionate nella letteratura competente. Che cosa hanno a che fare p. es. con le dimensioni culturali di Hall (1981) e Hofstede (1993) o con la dicotomia redattore-cultura del silenzio (cfr. p. es. Oksaar 1988; Oksaar 1998, 37-39), diretto-indiretto, cortesia positiva-negativa, formalità-informalità e inoltre con la riguardante autovalutazione fiscale dei propri redditi o quelli stranieri?

Un'altra domanda interessante è se e come tali differenze culturali possano essere spiegate con fatti storici. Come spiegazione per la differenza culturale riguardante la lingua tedesca e quella finlandese si deve indicare tra l'altro la posizione differente della società agraria e urbana nella storia di entrambi i paesi, la storia della popolazione, la posizione geopolitica e le differenze nello sviluppo delle infrastrutture (cfr. Salo-Tarvainen 1995, 86-88).

Susanne Günthner

Le differenze stilistiche e culturali – per esempio l’uso dei proverbi.

1. Introduzione.

Come spiegano i lavori sull’etnografia della comunicazione, la diversità della lingua e dell’uso delle lingue non si trova solo nel dizionario e nell’espressione grammaticale, ma anche nei metodi del discorso, cioè nelle convenzioni della comunicazione, nei procedimenti retorici e stilistici, nei bilanci comunicativi strutturati in modo differente con il loro repertorio sui tipi di testo e sui generi linguistici, così come le ideologie predominanti sull’uso della lingua. I gruppi culturali si differenziano attraverso gli stili linguistici in parte diversi (Gumperz 1982, Tannen 1984, Günthner 1993, Scollon/Scollon 1995, Keim 1998)¹: cioè determinati elementi stilistici contraddistinguono proprio un gruppo culturale rispetto a una società culturale², determinati procedimenti stilistici comprendono funzioni culturalmente differenti, o convenzioni stilistiche certe sono motivate socialmente in modo diverso e sono giudicate culturalmente divergenti. Proprio con la realizzazione di determinati generi comunicativi³ le differenze stilistiche culturalmente divergenti portano sempre più a dei

¹ Da vedere anche il contributo di Kotthoff e Keim in questo volume.

² Cfr. anche Kallmeyer (in questo volume) per la funzione degli stili nella posizione sociale del linguaggio.

³ Per il concetto di “genere comunicativo” vedere Bergmann (1987); Luckmann (1988); Günthner/Knoblach (1994); Günthner (1995, 2000 a, b).

problemi nelle situazioni comunicative tra i membri delle diverse culture e contribuiscono ad attualizzare lo “straniamento” invece di costituire una situazione comunicativa “interculturale”⁴.

Dovrei illustrare sulla base d’uso del “genere minimo” (Hymes 1972/88) nei confronti di una “forma più semplice” (Jolles 1930/82) del proverbio come si possono incontrare uno con l’altro nelle situazioni di comunicazione interculturale e attualizzare le differenze culturali nella pratica linguistica.

L’analisi culturale più diversa dalle tradizioni stilistiche usate nei proverbi concorda con i lavori “d’analisi stilistica interazionale”, che danno un valore particolare all’esame empirico dei fenomeni stilistici nel contesto interazionale naturale e danno importanza allo stile nell’interazione *linguistica* (Sandig/Selting 1997; Selting; 1997; Sandig in questo volume; Selting in questo volume). Con ciò ci si ricollega ad un concetto che considera “lo stile come prodotto attivo, flessibile, dinamico, dall’ascoltatore/ricevente nella situazione e improntato sul mezzo di organizzazione linguistica” (Sandig/Selting 1997: 6). Il concetto delle differenze stilistiche culturali va oltre il concetto stilistico antropologico ed etnografico, in base al quale si tratta la variazione espressiva tra i diversi individui o gruppi culturali nel senso di differenze culturali (Keim 1997; Levinson 1988; Moerman 1988). Gli stili linguistici si trovano, inoltre, sempre in stretto contatto con i giudizi di adeguatezza specifici della cultura (Hymes 1972/88: 57). Perciò, il giudizio culturale della conformità dei mezzi stilistici nel contesto competente è un aspetto fondamentale dell’analisi stilistica etnografica.

Lo scopo del presente lavoro è quello di stabilire un collegamento tra l’analisi stilistica interazionale e una prospettiva etnografica sugli stili

⁴ In dettaglio su questo Günthner (1993, 2000b) e Günthner/Luckmann (1995). Vedere anche Kotthoff, Pitulainen e Dobrowol’skij (in questa parte).

comunicativi⁵. L'esame delle situazioni comunicative interculturali dimostrerà che ci sono variazioni stilistiche tra parlanti come risorsa che costituisce un senso sociale di coordinazione. Nelle situazioni discorsive tra i partecipanti dei vari gruppi culturali si vedrà che, attraverso l'incontro delle tradizioni stilistiche e retoriche culturalmente diverse, possono essere costituite differenze ed estraneità culturali. Inoltre, le seguenti analisi mostrano che le convenzioni stilistiche sono intrecciate spesso con delle valutazioni culturali: ciò che in un gruppo culturale vale come segno "di buon stile" e di "alta educazione", può valere in un altro gruppo come segno di "stile basso" e di "mancanza di educazione". Tali asimmetrie rispetto al giudizio di metodi stilistici vengono alla luce immediatamente nella comunicazione interculturale se i partecipanti non hanno o hanno un sapere scarso delle convenzioni stilistiche del loro interlocutore⁶.

2. Sull'uso dei proverbi nella conversazione.

Sebbene i proverbi⁷ rappresentano quelle forme maggiormente esaminate nella fraseologia, finora si trovano – come tra l'altro constatano Röhrich/Mieder (1977), Gülich (1978), Burger e altri (1982) e Fleischer (1992) – solo lavori di uso reale dei proverbi nella lingua di tutti i giorni. Questo stupisce così tanto che i proverbi rappresentino una categoria ridotta principalmente a livello orale (Norrick 1985), e rispettivamente valgono come forme tipiche di "poesia popolare" orale (Bausinger 1968). Tuttavia,

⁵ Qui di seguito ci sono stretti collegamenti con quello di Fox (in questo volume) che presentano concetti stilistici semiotici così come il concetto di "stili sociali e comunicativi" (Kallmeyer in questo volume).

⁶ Su questo anche Günthner/Luckmann (1995).

⁷ Io qui uso il concetto di proverbio nel senso più stretto (su questo Gülich 1978; Lüger 1999). I proverbi sono fraseologismi riproducibili e di valore per la frase, che si distinguono attraverso la lingua figurativa e metaforica, hanno un significato (idiomatico) totale, esprimono saggezze ed esperienze di vita e sono popolari. Essi sono da distinguere quindi dai luoghi comuni senza figure e dai modi di dire (senza frasi).

gli studi fraseologici finora pervenuti sui proverbi e il loro utilizzo si basano o sulle azioni interrogative o sulle analisi d'insieme di proverbi fissati e scritti o sull'analisi di testi scritti (testi letterari, testi di quotidiani o pubblicitari)⁸. In questo modo constatano Röhrich/Mieder (1977: 35):

Lo studio dei proverbi è diventato molto più lungo di una scienza per eruditi, che indicano i proverbi quasi come delle “massime da scansafatiche”, ma gli stessi elaborano il proverbio alla scrivania su fonti tramandate senza una vera ricerca sul campo.

Fuori della fraseologia tradizionale, nell'antropologia culturale e nell'etnografia della comunicazione sono nati già dagli anni '20 certamente lavori sporadici sull'uso dei proverbi nelle diverse comunità linguistiche⁹, in ogni modo anche questi si basano sulle osservazioni e non sulle analisi empiriche dell'uso dei proverbi nei contesti interattivi concreti. Questi lavori illustrano, tuttavia, che i proverbi – sulla base della loro forma facilmente memorizzabile – hanno proprio nelle culture tradizionali e orali delle importanti funzioni per lo svolgimento delle norme e dei valori sociali¹⁰: codificano di generazione in generazione le esperienze, le regole di comportamento e le saggezze tramandate, che tra l'altro vengono inserite nell'educazione dei bambini, nei tribunali, nei dibattiti verbali e nelle controversie, impartendo consigli e con la critica del contrario¹¹.

⁸ Il lavoro etnografico sull'uso dei proverbi nei villaggi assiani di Hain costituisce un'eccezione (1951). Comunque anche qui il contesto viene solo riassunto, vengono usati dei proverbi. Cfr. anche i più nuovi lavori di analisi linguistica sul ruolo dei fraseologismi nelle lingue concrete (Gülich/Krafft 1998).

⁹ Su questo contano i lavori cultural-antropologici di Raymond Firth (1926) sull'uso dei proverbi presso i maori, gli studi di Arewa/Dundes (1964) sui proverbi in Turchia, i lavori di Ruth Finnegan (1970) sull'uso dei proverbi in Africa e l'esame di Bird/Shopens (1979) sull'importanza dei proverbi nella comunità linguistica dei Maninka nell'Africa occidentale.

¹⁰ Come spiega anche Finnegan (1981, 32): “In addition, in a non-literate society instruction through proverbs provides a means for relatively formal education and transmission of cultural traditions. Proverbs with their implicit generalized import are clearly a suitable and succinct form in which to verbalize socially prescribed actions and attitudes”.

¹¹ Qui di seguito anche Kirshenblatt-Gimblett (1981, 118).

3. Sull'uso dei proverbi con interagenti cinesi.

Qui di seguito saranno analizzate solo le forme e le funzioni dei proverbi cinesi nella lingua concreta di tutti i giorni (situazioni di comunicazioni cinesi, cino-tedesche e interculturali) e di seguito verranno illustrati alcuni aspetti delle tradizioni stilistiche specifiche della cultura.

3.1 I proverbi cinesi nella lingua cinese.

Chi nel maggio e giugno del 1989 poté osservare gli striscioni dei dimostranti cinesi in Piazza Tiananmen e ascoltare i loro discorsi, poté notare una grande quantità di proverbi, come “i sordi non hanno paura dei tuoni” o “i maiali morti non hanno paura dell'acqua calda”. Con il motto “in cielo non c'è nessun imperatore di giada e sulla terra nessun imperatore degli uomini” fu fondato il diritto dopo la caduta di Deng Xiaoping.

La preferenza per i proverbi si trova in molti tipi di testo cinesi attraverso i secoli: dagli scritti filosofici del classicismo ai romanzi classici fino alle “parole del presidente Mao Tsetung”¹² così come i romanzi, i racconti e i drammi moderni. La preferenza per questa “piccola forma” però non si limita ai testi scritti, ma anche alla lingua cinese di tutti i giorni dove colpisce l'uso frequente dei detti di saggezza¹³. Nel seguente materiale di dati, che ho rilevato durante gli anni 1983-1996 nella Repubblica popolare cinese e nella Repubblica federale tedesca ed è costituito da 12 conversazioni informali tra cinesi, da 28 conversazioni interculturali tra

¹² Da vedere in questo contesto il lavoro di Schäfer (1983) sulla funzione di Chengyu (espressioni proverbiali) negli scritti di Mao Zedong.

¹³ Certamente esistono numerose raccolte di proverbi cinesi, così come da secoli c'è appena una moltitudine di lavori sinologici per la formulazione delle domande semantiche, sintattiche ed etimologiche nei proverbi cinesi e le espressioni proverbiali, come anche le analisi isolate per l'uso dei proverbi nella letteratura cinese, nei testi politici e nei testi dei quotidiani, certamente le analisi dell'uso dei detti nelle interazioni giornaliere concrete.

tedeschi e cinesi e 68 conversazioni tra tedeschi, colpisce l'uso frequente dei proverbi da parte di parlanti cinesi¹⁴.

Noi osserviamo per prima cosa un esempio dell'uso dei proverbi nella lingua giornaliera cinese. An, che da cinque anni vive in Germania, ha da poco perso il suo lavoro. Adesso lei non sa quale tipo di lavoro poter cercare e ne discute con la sua amica Bu.

(1) Ricerca di lavoro

1 An: shì qu gong zuo (.) hou, (0.5)

Le cose vanno lavorate (.) dopo di che (0.5)

2 w-wo bu ZHIDAO (-) gan shenme hao.

Io non posso fare bene questo.

3 Bu: ah. (-)

Ah

4 s-su hua shuo,

Un proverbio dice

5 (-)

6 KÀO SHAN CHÌ SHAN. (.)

Monte appoggiato monte mangiato (.)

7 KÀO SHUI CHÌ SHUI.

Acqua appoggiata acqua mangiata.

8 (0.5)

9 ni shì zhongguo ren; ah (-)

Tu sei una cinese; ah (-)

10 jiu (.) de kao ZHONGGUO (-) chifan.

Perciò (.) Cina appoggiata (-) mangiare

¹⁴ Complessivamente ci sono 49 proverbi di parlanti cinesi; quattro dei tedeschi; tutti e quattro compaiono nelle conversazioni interculturali, e precisamente tre poiché i tedeschi vengono interrogati su ciò dai loro partners cinesi e un proverbio che un tedesco in seguito ad un proverbio cinese consegue di mostrare che c'è un corrispondenza tedesca a ciò.

An: Dopo che ho perso il mio lavoro, non so che cosa posso fare.

Bu: C'è un proverbio che dice: Chi vive in montagna, deve vivere della montagna; chi vive sull'acqua, deve vivere dell'acqua. Tu sei cinese, quindi fai uso della Cina, se vuoi un posto di lavoro.

Bu presenta nelle righe 3-10 i suoi consigli usando delle massime: “KÀO SHAN CHÌ SHAN, KÀO SHUI CHÌ SHUI.” (*Monte appoggiato, monte mangiato; acqua appoggiata, acqua mangiata*). Il proverbio risalta in molti aspetti del suo ambiente:

- Attraverso l'annuncio “suhua shuo” (un proverbio dice) la parlante dà da intendere che l'espressione seguente non proviene da lei ma attiva una fonte tradizionale, soprasoggettiva considerata valida, dietro alla quale si trova il collettivo.
- Con la citazione della fonte si trova un code-switching in un'altra varietà linguistica – il cinese classico.
- Il proverbio aumenta prosodicamente attraverso le pause prima e dopo il motto citato, il ritmo marcato e l'aumento del volume si evince chiaramente da un contesto di espressione circostante.

Accanto a questi metodi di ambito il proverbio mostra numerose distinzioni di struttura tipiche dei proverbi cinesi: esso si posiziona tra due tetragrammi simmetrici, cioè quattro sillabe, segni grafici che di volta in volta costituiscono un'unità: KÀO SHAN CHÌ SHAN e KÀO SHUI CHÌ SHUI. La forma del tetragramma è una delle strutture di organizzazione preferite per i proverbi cinesi e si basa sul ritmo a quattro dei canti e delle poesie classiche (Schäfer 1983, 26). Ogni sillaba rappresenta una parola monosillabica amorfa dal cinese classico¹⁵.

¹⁵ Le fonti di questi motti costituiscono accanto alle antiche cronache e ai dinastianali anche il classico confucianesimo, come il “Lunyu” (la lingua), il “Shujing” (il libro dei documenti), “Shijing” (il libro delle poesie) e “Liji” (il libro delle usanze). Ulteriori fonti danno aneddoti dalla cultura popolare cinese così come motti di importanti personalità della storia culturale cinese, miti popolari e parabole.

Un parallelismo si trova nel seguente proverbio su diversi piani linguistici: sia la prima sillaba “KÀO” (*accostare, fare affidamento*) che la terza sillaba “CHÌ” (*mangiare*) rappresentano un verbo. Le altre due sillabe rimaste (la seconda e la quarta) sono nomi: “SHAN” e “SHUI”. Il parallelismo nella struttura grammaticale si fonda sul piano fonologico sul parallelismo. Entrambi i tetragrammi costituiscono una propria unità di intonazione:

KÀO SHAN CHÌ SHAN
KÀO SHUI CHÌ SHUI

In ognuno dei due tetragrammi le sillabe vengono messe in contrasto con i toni discendenti (sui verbi “KÀO” e “CHÌ”) con i toni invariabili sia ascendenti che discendenti (sui nomi “SHAN” e “SHUI”). Il mettere in contrasto i toni si rispecchia nell’opposizione tra le classi di parole (verbi e nomi)¹⁶.

Se guardiamo l’organizzazione del proverbio nel suo ambito del discorso, allora il proverbio costituisce un proprio tratto del discorso. In base a Bachtin (1979) e Vološin (1975) il proverbio può essere indicato come un “discorso sconosciuto”, che viene portato avanti nello svolgimento del discorso, proprio come un “commento nel commento”. La voce, che in quest’occasione emerge, è quella dell’autorità cultural-retificante, che manifesta una massima di vita collettivamente riconosciuta. La parlante momentanea equivale a un portavoce con il quale parla del bagaglio di esperienze della cultura. Il “discorso sconosciuto” si occupa di un rapporto sul contesto discorsivo su due livelli, uno semantico-pragmatico e l’altro formale-linguistico. Il riferimento semantico-pragmatico tra i testi estranei e il contesto del discorso, cioè tra “appoggiarsi alla montagna e all’acqua per mangiare” e “il problema della ricerca del lavoro” viene spiegato dalla

¹⁶ Qui di seguito anche Jacobson (1960, 360-361).

parlante Bu alla fine del proverbio: *“Tu sei cinese, quindi fai uso della Cina se vuoi un posto di lavoro”*. Quindi la ricevente non ha solo il compito di decodificare il significato fraseologico e di mettere in riferimento la metafora con il tema discorsivo concreto, mentre la parlante presenta solo il significato di “discorso improprio”.

Con la citazione di un proverbio la parlante estrapola il singolo caso concreto e lo ordina in una grande concatenazione comunitaria, cioè il proverbio supera il livello semantico (e pragmatico) del dato discorso, “invece esso tiene la presente situazione inaspettatamente di fronte allo sfondo delle esperienze generali” (Burger 1973; 53). Con la citazione del discorso sconosciuto anche qui si stabilisce un determinato tema riferito al modello delle esperienze collettivamente autorizzate.

Ciò riguarda i livelli linguistico-formali, così il proverbio viene ripetuto nella sua forma determinata (grammaticale e specifica del codice). Non è intrecciato né sintatticamente con il contesto, né presenta elementi deittici che saranno collegati con la presente situazione linguistica. Esso spicca come un “corpo estraneo” (Bachtin) sul contesto linguistico circostante tramite la misura più alta della compiutezza.

I proverbi vengono usati nel presente materiale di dati da una parte da parlanti cinesi come risorsa, dall'altra per superare i diversi compiti comunicativi: essi sono impiegati per formulare consigli, come sostegni di un'argomentazione, per giudicare circostanze e persone, per garantire modi di comportamento¹⁷, come anche la trasmissione della critica all'interlocutore. Proprio nella comunità linguistica cinese, che offre un grande valore all'“espressione visiva” (*lian* e *mianzi*), i proverbi alla base del loro significato figurativo e della loro incomprensibilità comunicativa

¹⁷ Liao (1997, 303 e segg.) mostra nella sua analisi le differenze cino-americane per la realizzazione della direttiva e del pregare, i parlanti cinesi usano spesso proverbi come supporto delle loro preghiere. Come basi per l'uso assiduo di proverbi comunicano ai loro informati che questi “are terse and thus convincing”, la verità dei modi di dire proverbiali “lasted throughout history and thus must be persuasive”, e che i proverbi “are commonly used words and are good beginning for expressing everything and for showing that the speaker is well learned”.

Cfr. anche Jia (1999) per l'uso del proverbio nel cinese.

sono un metodo essenziale e stilistico per l'espressione visiva nelle situazioni di conflitto.

3.2 Sull'uso di proverbi cinesi nelle situazioni comunicative interculturali.

I parlanti cinesi usano numerosi proverbi non solo nel contesto linguistico cinese, ma anche nelle situazioni di comunicazione con interlocutori tedeschi si trova un uso assiduo di queste piccole forme. Vengono riportati in queste conversazioni soprattutto a supporto della propria spiegazione così come della prova che un parere espresso rispetto al modo di comportarsi concorda con una saggezza approvata collettivamente.

La seguente trascrizione cita una conversazione tra Zhao e Hans. L'argomento è un conoscente comune, Wu, che per la seconda volta è stato bocciato all'esame di tedesco e pensa di ritirarsi.

- (2) Esame di tedesco
- 12 Hans: e allora (.) cosa potrà fare
- 13 (-)
- 14 che cosa ne pensi?
- 15 Zhao: ehm (.) sì
- 16 Dunque (-) lui non dovrebbe ritirarsi.
- 17 Hans [introdurre]
- 18 Zhao allora (.) sì. Così. (-)
- 19 Noi abbiamo un detto (-), così (-)
- 20 ZHIYAO GONGFU SHEN. (.)
- 21 TIE CHU YE NENG MO CHENG ZHEN.
- 22 (0.5)
- 23 Zhao: significa

- 24 (dunque) da noi si crede
 25 Se non si rinuncia, dunque (.)
 26 Un STUESSEL può diventare così affilato come l'ago
 27 (-)
 28 Hans: un COSA? STUESSEL?
 29 Zhao: allora STUESSEL?
 30 Come si dice, dunque FERRO- sì, un OGGETTO DI FERRO.
 31 Hans: ho capito.

Nelle righe 18 e seguenti Zhao fonda la sua opinione con un riferimento a un proverbio cinese: “ZHIAO GONGFU SHEN, (.) TIE CHU YE NENG MO CHENG ZHEN”. Con cui si riferisce al sapere collettivo e presenta la propria opinione nel contesto di una saggezza culturalmente valida.

Con le formule di comunicazione del discorso sconosciuto e del rimando alle autorità culturali “noi abbiamo un motto” e poi di seguito “da noi si pensa” Zhao riattiva allo stesso tempo la sua identità come membro della comunità culturale cinese (“wir”, “uns”) e implica con ciò un riconoscimento delle differenze, delle norme e dei valori tra i membri delle diverse comunità culturali. La “dichiarazione estranea” aumenta prosodicamente da un contesto di conversazione ambientale attraverso il livello sonoro elevato, speciali ritmi e pause brevi prima e dopo il proverbio: il “testo estraneo” viene portato avanti anche in forma di montaggio nel testo discorsivo, perciò sorgono stratificazioni testuali diverse (tedesco-cinesi così come particolari segni di distinzione ritmici e prosodici).

I proverbi non solo vengono dati come supporto dell'esposizione di un'opinione da parte dei partecipanti cinesi, ma anche come esposizione di un'opinione personale:

(3) Lao Ban

- 23 Dora: e perché non parli più con le tue amiche’
 24 (-) di cosa?
 25 (0.5)
 26 Xu: Noi diciamo (.) noi abbiamo un DETTO
 27 (1.0)
 28 JIACHOU BU KE WAIYANG.
 29 (-)
 30 Significa questo
 31 Cose veramente importanti,
 32 Che non si dicono fuori.
 33 Dora: hm?
 34 Xu: alle altre persone estranee.
 35 Dora: Sì e TU?
 36 (0.5)
 37 Trovi anche tu? (-)
 38 Allora lo trovi GIUSTO anche tu? (.) COSÌ.

Invece di una presa di posizione personale la parlante fa riferimento a una regola di comportamento approvata collettivamente. La reazione di Dora è tipica: i partecipanti tedeschi alla conversazione non sono di regola soddisfatti di questa massima approvata dalla collettività, ma inoltre stimolano il loro interlocutore a una presa di posizione personale che sorprende i partecipanti cinesi.

L’assiduo uso di proverbi e modi di dire proverbiali è – come spiega tra l’altro Granet (1985) – nella storia culturale cinese da sempre “un criterio per il sapere del parlante sulla tradizione”. L’uso giusto dei proverbi vale come “stile alto” e come “segno di artificiosità retorica” e significa, come spiega il retorico e poeta Liu Hsieh, allegare al parlare “giada e perle”.

La popolarità dei proverbi nella comunità culturale cinese esiste ancora ai nostri giorni. Lavori per i cinesi, dizionari cinesi come anche

apprendistato cinese per stranieri rinviano sempre alla viva cultura della saggezza dei detti cinesi. Gli informatori cinesi a cui ho chiesto l'uso della saggezza dei detti in cinese hanno risposto:

Da noi si usano spesso e volentieri i proverbi. Essi hanno il valore dello “stile bello”, come una specie di ornamento. È anche importante che si adoperino bene questi proverbi o anche i “gruppi di quattro parole”, detto diversamente nel contesto giusto. Poi si dice “*chu kou cheng zhang*”, vale a dire molti testi buoni vengono alle labbra.

L'uso dei proverbi significa istruzione. Si mostra che si può parlare in modo forbito e bene nella cultura cinese. Già alla scuola elementare i bambini imparano molti proverbi. Anche noi abbiamo imparato a scuola che è sintomo di uno stile migliore iniziare una frase con “c'è un proverbio...”

3.3 Sull'uso dei proverbi tedeschi da parte dei cinesi.

L'uso frequente di proverbi e della loro valutazione stilistica però non si limita solo a proverbi cinesi, ma gli atteggiamenti e le valutazioni stilistiche tipiche di una cultura di fronte a queste piccole forme sono tradotte con i proverbi di altre comunità culturali: durante la mia attività di lettrice di tedesco nella Repubblica popolare cinese ho notato sempre più che le colleghe cinesi assegnavano agli studenti di germanistica durante il loro corso di studi elenchi di proverbi e modi di dire tedeschi (p. es.: “Bisogna battere il ferro finché è caldo”, “chi a venti non ha, a trenta non si aspetti”, o “nessuna quercia cade con un colpo solo”), che venivano esaminati durante i compiti e gli esami di tedesco. L'esame finale in germanistica nelle università cinesi consiste tra l'alto di esercizi a spazi vuoti nei quali deve essere inserito il giusto proverbio tedesco. E anche i libri di testo redatti da autori cinesi si riconoscono da un uso frequente di proverbi tedeschi che

sono contenuti nei libri e sono costituiti da dialoghi quotidiani così come da numerosi esercizi sui proverbi¹⁸. Come risultato non abbiamo pochi esami finali, articoli scientifici ed estratti pieni modi di dire e proverbi impegnativi come “meglio un uovo oggi che una gallina domani”, “l’uomo propone, Dio dispone”, o “si pigliano più mosche in una goccia di miele che in un barile d’aceto”.

4. Sull’uso dei proverbi in tedesco: una specie di genere in via d’estinzione?

L’uso frequente dei proverbi nel seguente materiale di dati da parte dei parlanti cinesi si trova di fronte all’astinenza di proverbi da parte dei partecipanti tedeschi alla conversazione¹⁹. Questi usano i proverbi solo nelle situazioni in cui sono interrogati dai loro interlocutori cinesi su un proverbio tedesco, o per spiegare – dopo che un parlante cinese ha fornito un proverbio cinese – che in tedesco c’è un detto analogo. Quest’osservazione si trova con le numerose fraseologie che mettono in evidenza “il principio individualizzante, che guida il nostro parlare e il nostro agire (...), senz’altro non permette le formule patriarcali dei proverbi” (Bausinger 1968). Quindi i proverbi da noi rappresentano una specie in via d’estinzione? (Ayaß 1997).

All’uso dei proverbi giudicato come segno di “stile buono” e di “alta formazione” nella comunità cinese si trova all’opposto la crescente svalutazione tedesca dei proverbi nella stilistica e nella retorica²⁰ di tutti i

¹⁸ Anche Bauersach ed altri (1984, 54-55) rimandano al “sovraccarico idiomatico” nell’uso linguistico degli studenti di tedesco cinesi. Questo è da ricondurre alle “interferenze linguistiche”: “Il gran significato delle espressioni idiomatiche nel cinese viene approvato anche per il tedesco e quindi viene attribuito all’imparare a memoria di tali espressioni un valore esagerato”.

¹⁹ Cfr. simili osservazioni sull’uso del cinese e dell’inglese americano dei proverbi che ne fa Liao (1997).

²⁰ Già nell’Illuminismo era di moda la critica all’uso dei proverbi, che erano considerati sia proverbi sia strumenti per la mediazione di valori e norme. Con il proverbio si tratta – Kant – di

giorni dall'Illuminismo²¹ e soprattutto dalla fine del XIX secolo. Come tra l'altro espongono Bausinger (1968) e Gülich (1978) da noi i libri di testo per il buono stile addirittura osservano l'uso "di questi banali e consumati detti di saggezza del popolo" (Gülich 1978). Come "bene culturale affondato" e "saggezza da strada" (Seiler 1922) i proverbi mostrano da noi una vicinanza decisiva con la "morale popolare" e "la filosofia della piccola gente" (Bausinger 1968). La tendenza "all'originalità, all'unicità e all'esclusività" è – come dice Bourdieu (1987) strettamente intrecciato con la dimostrazione di uno "stile personale" ed evitare il modo di parlare stereotipato e rispettoso.

Quindi non stupisce il fatto che i parlanti tedeschi nel seguente materiale di dati non facciano alcun uso dei proverbi²². L'offerta di notizie "della saggezza senza domande" e in generale di valide norme sotto forma di proverbi sembra essere nella nostra comunità culturale prima un raro segno da trovare (Beckmann/König 1993; Ayaß 1997). Quest'osservazione s'incontra con quella di Burger ed altri (1982, 134), che evidenziano che "le funzioni, che si riportano solitamente con il proverbio", sono caratteristiche per "una relazione assolutamente conservativa della lingua. I proverbi sono

una "formula diventata comune, come esprimere un pensiero", che viene "riprodotto attraverso l'imitazione e può essere stato "probabilmente una barzelletta sulla bocca del primo". "parlare con i proverbi" è "per questo motivo la lingua della plebe" e dimostra "la quantità totale delle barzellette in relazione con il mondo più elegante". Vedi su questo Seiler (1922) così come Beckmann/König (1993).

²¹ Come spiegava Seiler (1922, 37), già dal XIX secolo i proverbi non erano più insegnati a scuola. Nuovi proverbi da allora sono appena nati e sono sempre meno conosciuti di quelli vecchi: "Il periodo d'oro dei proverbi è passato e non ne verrà un secondo".

²² Come spiegano i lavori di Bergmann/Luckmann (già citato) (1999) per quanto riguarda le forme della moralizzazione nella lingua di tutti i giorni, nelle nostre lingue di tutti i giorni facciamo riferimento alle norme e ai valori morali abbastanza frequenti, trasmettiamo il sapere e gli aspetti generali delle esperienze umane, quindi queste "saggezze", norme e valori non sono quasi più offerti sotto forma di proverbi. L'unico proverbio, che era comparso in questa conversazione, è stato sistemato in una sequenza di beffe, nelle quali ci si distanzia dal modo ironico delle esperienze articolate nel proverbio (Ayaß 1997). Questo parere coincide con quello di Norrick (1985, 6ss.), con il corpora inglese della lingua parlata (tra l'altro di Svartvik/Quirk e di Crystal/Davy) sull'uso di proverbi riguardava e trovava con ciò soltanto un singolo proverbio. Cfr. invece lo studio di Hain (1951) negli anni '40, che mostra come allora i proverbi (per lo meno in campagna) effettivamente erano designati ancora come portatori di norme e valori sociali – nel senso di una "morale popolare".

descritti come procedure del sistema e conformi alle norme, quindi come mezzo dell'industria di concetti di valore tramandati come mezzi importanti dell'educazione linguistica che è sempre compresa come educazione morale”.

Da qui tuttavia non dovrebbe essere determinante – come è fatto occasionalmente – che oggi giorno principalmente i detti convenzionali e altre forme di fraseologismi sono svalutati, o addirittura minacciati d'estinzione. Come tra l'altro i lavori di Gülich (1978), Mieder/Mieder (1981), Sandig (1988), Fix (1996), Keim (1997), Lüger (1999) e Dobrowol'skij (in questo volume) chiariscono i vivaci usi, i modi di dire proverbiali, gli slogan, i motti sia nei testi stampati e pubblicitari che all'interno delle lingue giovanili e di scena (“Una donna senza uomo è come un pesce senza bicicletta”)²³. Ma anche i proverbi nella nostra comunità linguistica non sono completamente scomparsi. Da una parte nei dati interculturali, nei quali i parlanti tedeschi forniscono occasionalmente analogie tedesche ai proverbi cinesi risulta che i parlanti tedeschi hanno a disposizione proprio un tesoro indubbio di proverbi, anche se questi non sono usati più così di frequente. Dall'altra parte – come numerosi lavori fraseologici dedicano ai detti popolari – i proverbi usati vengono spesso imitati in determinati tipi di testo come quelli pubblicitari, le glosse, i commenti giornalistici e i titoli. Con le modifiche dei proverbi, come “nella notte dei pregiudizi tutti i gatti sono grigi” (questo è un titolo della *Süddeutschen Zeitung*), “la mela verde cade possibilmente non lontano dall'albero di pere; anche il potenziale personale dei Rosso-Verdi si distingue appena dagli elettori medi tedeschi ...” (così Claus Leggewie in un commento sulle elezioni politiche 98 sulla TAZ del 26 e 27/9/1988, 12),

²³ Ulla Fix (1996, 116 e seg.) rimanda nel legame con la domanda ciò che da Jolles intanto è diventato “forma semplice”, tutto fa pensare che si può estendere i “cambiamenti della posizione totale della storia culturale” spesso verso cambiamenti di tipi di testo e delle loro funzioni. Così è anche cambiato il ruolo e la funzione dei detti: al posto dei proverbi oggi si trovano “graffiti, motti dimostrativi e proverbi mutati”. Contrariamente ai proverbi questi in ogni modo non hanno eccessivamente lunga vita.

o con la combinazione di diversi proverbi “il mattino è l’inizio di tutti i vizi”, viene espressa non solo una distanza dal proverbio in base al superamento ironico-arguto o parodistico delle forme primitive che finiscono del resto di nuovo in una nuova forma, ma viene dimostrata allo stesso tempo la creatività e l’arguzia linguistica.

Le modifiche usate ai proverbi o “antiproverbi” – come vengono occasionalmente indicati – sono anche indirizzate all’uso della lingua pubblicitaria²⁴. Così p. es. la LUFTHANSA pubblicizzava con “tutte le strade una volta portavano a Roma – oggi portano a Francoforte”. La Jägermeister pubblicizzava con: “Io bevo Jägermeister perché il mattino tranquillo ancora una volta dovrebbe avere il liquore in bocca”, e la rivista settimanale “Die Woche” faceva pubblicità con: “Il più saggio rilegge”. Queste modifiche dei proverbi producono principalmente in seguito al deviare imprevisto delle convenzioni. Allo stesso tempo queste trasgressioni giocose dello schema delle aspettative presuppongono di nuovo il sapere sui proverbi competenti.

Le singole fraseologie arrivano a considerare le modifiche e le parodie dei proverbi (“Antiproverbio”) come una forma di sopravvivenza del proverbio nella nostra comunità linguistica²⁵:

²⁴ Qui di seguito anche Mieder/Mieder (1981, 310): “Although one perhaps have to agree that proverbs are today used less frequently in their traditional way, i.e. as a didactic piece of wisdom, one glance at the advertising of any magazine or newspaper shows that proverbs have become the most popular folklore items used by Madison Avenue”.

²⁵ Quindi trovano conferma i risultati dei link delle analisi storiche della lingua nei tipi di testo tedeschi. Ciò mostra che nel XX secolo appare un “mutamento della conoscenza linguistica lontano dal predominio della relazione individuale e creativa con la lingua, per la quale l’ideale stilistico – per lo meno per determinati tipi di testo e determinate situazioni comunicative – non è più la soddisfazione della norma, quindi forse la riproduzione di un modello di testo convenzionale, ma è questa trasgressione creativa e individuale rispetto all’allargamento”. Le spaccature delle norme e l’allontanamento dei modelli vengono pensati “oggi come segni di creatività, di individualità (nel senso di una non conformità compresa positivamente), di spontaneità così come segni di genuinità dell’illocuzione che determina l’azione linguistica”.

Quant aux formes langagières fossilisées, c'est dans leur manipulation que réside leur espérance de vie, leur capacité d'adaptation aux situations énonciatives les plus diverses est source de leur régénérescence (Gréciano 1983, 257).

Le modifiche dei proverbi per scopi pubblicitari sono ugualmente diventate di moda anche negli ultimi due anni nel corso della politica di apertura della Repubblica Popolare Cinese. Però da quest'anno esiste un decreto del regime cinese che proibisce la parodia dei proverbi per scopi pubblicitari e ciò mostra un rispetto del sapere e delle norme culturali.

Msia Gwenzadse

I tipi di testo come problema linguistico e didattico della lingua.

1. Introduzione.

Lo straordinario interesse per i tipi di testo nacque all'inizio dei cambiamenti comunicativo-pragmatici nella linguistica ed è presente ancora oggi. Nel corso di oltre 30 anni i tipi di testo vengono inseriti intensivamente da una parte nella problematica tipologica del testo, dall'altra si è cercato di descrivere tutti i possibili tipi di testo della lingua scritta extra e intratestuale. Anche questo non poteva essere diverso. Il tipo di testo come il fenomeno comunicativo testuale più importante, come "principale realtà del processo comunicativo" (Bachtin 1959-1961, pubblicato nel 1979) doveva diventare il più importante oggetto di ricerca della linguistica comunicativa rispetto a quella pragmatica. Si può anche pensare di ricercare in questi territori, senza prendere in considerazione i tipi di testo – in modo esplicito o implicito. Perciò questa varietà di principi teorici e di singole descrizioni diverse dei tipi di testo allargano il problema in larghezza e in profondità.

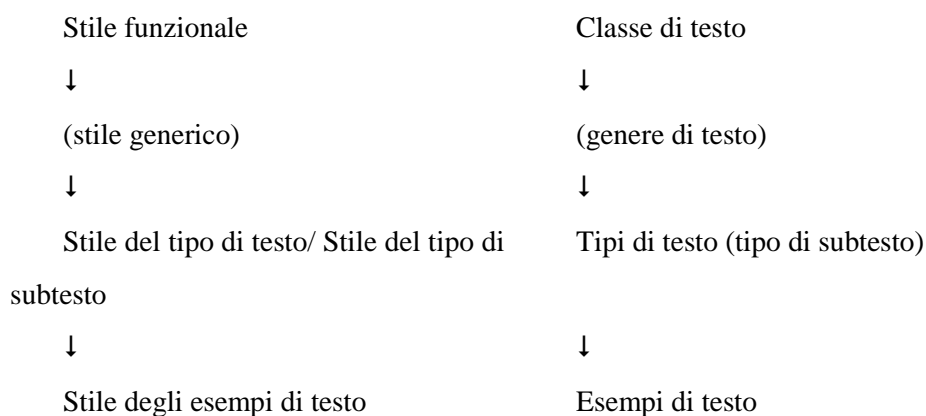
Personalmente mi sono interessata tra la fine degli anni '70 e l'inizio degli anni '80 agli aspetti classificatori e costituenti del testo. Come risultato di queste ricerche è uscita la monografia "Linguistica comunicativa e tipologia del testo" che è stata pubblicata nel 1986 in lingua russa.

L'opinione dei tipi di testo che rappresento in questo libro, più tardi ho cercato di usarli nell'ambito della didattica linguistica, e certamente nelle lezioni di tedesco nella scuola superiore così come lavorando a una grammatica orientata sulla comunicazione del tedesco come lingua straniera. Nel seguente saggio vorrei dare il mio parere come ricercatrice di linguistica, lettrice di tedesco e autrice di manuali sul mio atteggiamento nei confronti dei tipi di testo e la loro analisi e posizione nell'insegnamento delle lingue straniere.

2. I tipi di testo nell'ambito di un sistema tipologico.

L'interpretazione dei tipi di testo non è, a mio avviso, da dissociare dal concetto di tipologizzazione del testo, perché proprio come elemento di questo o quell'altro sistema tipologico il tipo di testo riceve lo status primario, che determina, per così dire, ulteriori possibilità di studio. Al sistema classificatorio del testo che propongo sta alla base la sintesi di due sfere di ricerca linguistica: la tipologia pragmatica e la stilistica funzionale. È certamente da contestare la classificazione dei testi che alla base della loro appartenenza agli stili funzionali alla fine non è altro che la tipologizzazione sulla base extralinguistica e che i testi del rispettivo stile funzionale rappresentano tipi di testo pragmatici e comunicativi con il comune compito sociale. È anche logico che i testi di diversi stili funzionali (testi scientifici, di quotidiani, di politica, ecc.) fungono da elementi di un tentativo per tipologizzare il testo orientato in modo pragmatico (Eigenwald 1974; Grosse 1974 e altri) e quindi il rapporto di scambio tra gli ambiti di ricerca suddetti sono già realizzati nella prassi linguistica in modo naturale: negli studi della tipologia del testo si tenta di valutare nuovamente le categorie stilistico-funzionali (p. es. i tipi dei processi comunicativi da Gülich/Raible 1973), ma nel campo stilistico-funzionale si è rimandato

chiaramente l'interesse della ricerca degli stili funzionali relativamente astratti sugli stili dei tipi di testo concreti. Questo porta inevitabilmente alla sua sintesi anche nel senso teorico e metodologico, che offre una buona possibilità per costituire il sistema tipologico del testo analogo all'altro sistema stilistico¹ (Riesel, 1975):



Come risulta chiaramente dallo schema, il sistema tipologico così come il sistema stilistico è strutturato in maniera gerarchica. Si possono suddividere quattro livelli riconosciuti attraverso diversi gradi di generalizzazione: il grado più alto (quello della classe testuale) è il livello più generale, il grado più basso (quello degli esempi testuali) è il più concreto.

La *classe del testo* (p. es. quella dei testi dei quotidiani) è la totalità dei testi, che fungono in un ambito comunicativo determinato sia socialmente che storicamente. Lo stesso ambito è costituito dalle situazioni comunicative standardizzate. Il fatto che finora - per quello che conosco - non ci sia alcuna classificazione sufficiente per le situazioni comunicative

¹ Nella letteratura specializzata si trova anche il concetto di "megastile". Con questo si suppone lo stile dell'ambito di comunicazione che coopera (p. es. i quotidiani - la radio - la televisione - i documentari). Ma fino a ora non c'è quasi mai stato uno studio megastilistico, poiché è veramente molto complicato operare con blocchi di testo così grandi, sebbene l'analisi contrastiva dei tipi di testo adeguati guadagna inoltre di interesse dagli ambiti limitrofi (p. es. reportage su quotidiani, alla radio e alla televisione).

nei confronti degli ambiti comunicativi ostacola notevolmente l'analisi del testo, poiché con i testi concreti emerge naturalmente la domanda della loro appartenenza a determinate classi di testo (Antos, 1987).

Su questo livello tipologico si possono descrivere le caratteristiche del testo come caratteristiche dell'intera classe (così p. es. l'impostazione linguistica dei quotidiani al contrario dei testi scientifici); per questa ragione viene alla luce anche l'importante contrasto tipologico dei testi.

Il *genere di testo* si determina sulla base di restringimenti o modifiche del compito sociale all'interno dell'ambito comunicativo (testi informativi di quotidiani vs. testi argomentativi di quotidiani; testi scientifici vs. testi di scienza popolare). Questo livello tipologico è facoltativo.

Il *tipo di testo* è l'elemento centrale del sistema tipologico così come di quello stilistico: da una parte ogni esempio di testo si manifesta ogni volta come tipo di testo determinato, ma dall'altra le unità dei livelli più alti sono costituite da tipi di testo raggruppati in modi diversi.

Questo livello del sistema tipologico non è ancora concreto: la determinazione comunicativa dei tipi di testo, che è già stata denominata, si limita a un agire linguistico concreto rispetto a una concreta situazione comunicativa. Ma ci sono anche diverse modifiche dell'agire linguistico. In questo caso abbiamo a che fare con dei tipi di subtesto. Così il tipo di testo "relazione" – già nelle sue varianti dei tipi dell'agire – può essere modellato come una relazione di guerra, di un viaggio, della polizia, sul tempo.

L'*esempio di testo* è costituito secondo un determinato tipo di testo. Accanto alle unità specifiche del tipo di testo si possono avere anche dei contrassegni individuali che possono rendere meno tipico il testo (cfr. Sandig 1997, 29). Tali contrassegni si realizzano anche in modo standard: non devono tuttavia oltrepassare i confini che fanno del tipo di testo un determinato tipo di testo.

3. Il contesto globale comunicativo e pragmatico che stabilisce il testo.

Il sistema del genere strutturato tipologicamente implica una determinata preparazione del contesto extralinguistico, nel quale si colloca il testo concreto. Ogni situazione comunicativa diventa una totalità per i suoi elementi che sono distinti come modello di comunicazione (i partecipanti alla comunicazione, i loro ruoli sociali, il sapere mondiale/il sapere della situazione ecc., le intenzioni comunicative, l'oggetto della comunicazione, il canale, il mezzo e altri). La situazione comunicativa standardizzata si forma attraverso la totalità dei componenti tipicizzanti. Detto in altre parole, ogni situazione standard accetta solo determinati tipi di componenti dei modelli di comunicazione e perdura fintantoché questi tipi di componenti sono presenti. Ogni tipo di testo sta alla base anche del modello di comunicazione standardizzato. I modelli della comunicazione dei tipi di testo, che appartengono a un ambito comunicativo, concordano con i tratti presenti. Variano – le loro situazioni comunicative concrete corrispondenti – il modello invariabile nell'ambito comunicativo. Questo modello può essere rappresentato come totalità delle varianti dei componenti più concreti e regolamentati in modo saldo. Partendo da ciò ci dovrebbe essere un ambito extratestuale – una specie di “macrocontesto” comunicativo e pragmatico – per tutti i tipi di testo che appartengono ad una o alla stessa sfera. Con questo, il sistema di questo tipo di testo non rispecchia solo l'invariabilità del macrocontesto ma tutte le sue varianti: sono possibili più combinazioni delle componenti dei modelli di comunicazione, più svariati sono i tipi di testo, che “servono” l'ambito corrispondente (tipi di testo giornalistico vs. tipi di testo scientifici). Il modello di comunicazione di ogni singolo tipo di testo non deve oltrepassare le possibilità di variazione del macrocontesto: i confini, all'interno dei quali i tipi di componenti possono variare, sono fortemente determinati dai campi sociali di applicazione della lingua. Il modificare un

qualsiasi componente del modello di comunicazione sotto l'influsso dei fattori esterni può portare alla formazione di un tipo di subtesto o perfino di un nuovo tipo di testo. A ogni ulteriore testo concreto sta alla base al massimo un modello di comunicazione concreto del tipo di testo corrispondente, che permette più o meno libertà al produttore del testo.

Come è chiaro ogni testo concreto, che rappresenta sempre un tipo di testo, nasce in ambito comunicativo e pragmatico globale (macrocontesto) che può essere differenziato in analogia a un sistema tipologico del testo: il contesto della classe di testo → il contesto del tipo di testo → il contesto di un testo singolo.

In relazione con le mie idee di macrocontesto comunicativo e pragmatico, che si trova alla base della forma del testo, c'erano le argomentazioni di Barbara Sandig sul modello delle relazioni, che sono in gioco con l'interpretazione di una forma di stile, di interesse del tutto particolare. Lei osserva, infatti, che lo stile "prima si può interpretare in relazione con l'esteriorità realizzata per gli aspetti d'interazione". Entrambi i modelli – il modello della relazione importante dal punto di vista stilistico e il modello del contesto comunicativo e pragmatico – allo stesso modo rendono l'ambito comunicativo e globale (interazione in un determinato ambito d'azione sociale, storico e culturale) come fondamento della struttura stilistica e testuale. Perciò entrambi questi principi, secondo me, trovano una reciproca conferma.

Il ruolo del macrocontesto comunicativo e pragmatico con la formazione del testo o del tipo di testo può essere illustrato p. es. dalla comunicazione giornalistica.

Il giornale rappresenta un ampio ambito socio-comunicativo, nel quale hanno luogo parecchie azioni linguistiche e quindi vengono creati numerosi tipi di testo. La struttura di questi ambiti così come i suoi limiti sono determinati dal relativo modello comunicativo astratto, detto in modo più

preciso dalle possibilità di varianti dei suoi componenti che mostrano una determinata larghezza di oscillazione, come p. es.:

Mittente: agenzia giornalistica, redazione del giornale, giornalista, personalità conosciute, lettore ...

Destinatario: l'intera cerchia dei lettori, determinati gruppi sociali e lavorativi

Principali intenzioni: influenzati da:

↙ ↓ ↘

Informare/persuadere/appellare/...

↓

In modo breve, obiettivo, particolareggiato,
espressivo, con stabilità temporali minime ...

Oggetto della comunicazione: eventi, problemi socialmente importanti

Mezzo: perimetro limitato, possibilità di stampa determinate ...

Canale: scritto

Diverse combinazioni delle varianti dei componenti costituiscono concrete situazioni di comunicazione standardizzate, nelle quali si opera linguisticamente con i tipi di testo corrispondenti. Per il tipo di testo “notizia” valgono p. es. le seguenti combinazioni più importanti:

Mittente: agenzia di stampa

Destinatario: l'intera cerchia dei lettori

Intenzione: informare nella maniera più breve e operativa

Oggetto della comunicazione: un evento

Anche solo la variazione di una componente importante per il tipo di testo porta a un'altra combinazione: pertanto si cambia la situazione della comunicazione e ne deriva un altro tipo di testo:

Intenzione: informare in maniera realistica sul corso di un evento → relazione

Informare espressivamente sul corso di un evento → reportage

Questi tre tipi di testo realizzano anche il proposito comunicativo di “informare” sul modo di volta in volta particolare. Ma in tutti i casi le realizzazioni sono conformi al quotidiano: si realizzano nell’ambito del macrocontesto del giornale quotidiano (totalmente diverso p. es. se si tratta dell’“informare” in un rapporto della polizia). Perciò anche le relazioni dei tipi di testo diventano riconoscibili uno verso l’altro: ognuno ha un compito parziale e riceve il suo valore comunicativo solo nel contesto della classe di testo complessiva.

Suppongo che in quest’ambito comunicativo si possa avere una successione importante dei tipi di testo, p. es. secondo il grado di standardizzazione: al massimo tipico/impersonale vs. personale/relativo, libero, impressionistico. Si possono ordinare tutti i tipi di testo giornalistico tra questi due poli. Un susseguirsi così ordinato dei tipi di testo è a mio parere da prendere in considerazione in riferimento alle ricerche, che sono realizzate in vista delle classi di testo complete (p. es. la ricerca delle possibilità di espressione dell’espressività o della valutazione nel linguaggio giornalistico).

4. Le produzioni comunicative e pragmatiche.

Il macrocontesto extralinguistico pone un intero complesso di produzioni comunicative e pragmatiche per l’organizzazione linguistica del tipo di testo. Il tipo di testo da parte sua deve tener conto di queste produzioni. Ogni singola produzione è alla base di un compito parziale minimale che deve riempire il tipo di testo.

Il concetto delle produzioni comunicative e pragmatiche sembra essere un anello di congiunzione tra l'extra e l'intralinguistica testuale. Offre la possibilità di mettere in relazione fattori esterni al testo con quelli interni (linguistici e compositivi), poiché ogni produzione si manifesta con determinate possibilità di espressione specifiche del tipo di testo. Ma tra le produzioni comunicative e pragmatiche e le loro possibilità di realizzazione non c'è nessuna corrispondenza 1:1: una stessa produzione può essere formulata con diversi mezzi linguistici, e al contrario a una produzione diversa può corrispondere un solo fatto intratestuale.

La realizzazione della produzione comunicativa e pragmatica si realizza attraverso l'accordo di un'invariante globale e la sua variante locale. Le produzioni globali sono collocate nella classe di testo globale. Le produzioni locali sono le modifiche specifiche del tipo di testo a seconda del compito globale e comunicativo che deve realizzare il tipo di testo concreto. Con ciò tutte le produzioni globali valgono per l'intera classe di testo (p. es. comunicare nella comunicazione giornalistica solo la "vera" produzione), ma gli altri presentano una sicura larghezza di oscillazione della variabilità e diventano concreti nel contesto del tipo di testo come produzione locale con diversi gradi di potenza (p. es. la produzione economica nei testi giornalistici: notizia vs. feuilleton). Si potrebbe esaminare più avanti la dinamica d'apertura delle produzioni comunicative e pragmatiche da un tipo di testo all'altro e verificare le accortezze linguistiche nelle quali si compie tale dinamica.

Eccetto le produzioni comunicative e pragmatiche, a cui sono conformi le caratteristiche costitutive, che garantiscono gli standard dei tipi di testo, ci sono anche quelle facoltative (non dei fattori specifici del tipo di testo) che possono influenzare solo relativamente la formulazione del testo. Nella comunicazione giornalistica questo è p. es. l'immagine del giornale, il modo dell'informazione (regionale, internazionale) ecc. Così le notizie regionali sono più libere, più espressive e più intime. Perfino gli

atteggiamenti politici possono provocare in modo diretto o indiretto una qualche variabilità. In questa relazione vorrei citare un esempio dalla mia esperienza d'insegnamento durante il periodo sovietico. Lavorando ai testi delle notizie tedesche ci dedicavamo talvolta agli equivalenti georgiani. Il nostro interesse destava con questo qualche titolo di notizia georgiana. A differenza di quelli tedeschi erano costituiti solo dal tema, gli elementi rematici (chi? dove? quando?) mancavano completamente: *Incomincia la vendemmia. La visita volge al termine. La deposizione di una corona*, tra l'altro, questi titoli erano informativi, e ancor meno in nessun modo lo stesso titolo. Lo sanno tutti, che p. es. alla fine di settembre in tutta la Georgia dell'est inizia la vendemmia e che non può essere altrimenti. Di regola non si legge questa notizia, ma solo il titolo. E appunto i titoli avevano una rilevanza politica. Avevano già un significato simbolico: se tutte queste cose in questi titoli procedevano ordinatamente, ciò significava che la vita politica ed economica nel paese continuava a progredire lentamente.

5. Gradi dell'analisi del testo.

Partendo da quello già detto possiamo distinguere i seguenti gradi per l'analisi globale del testo:

1) La descrizione dei modelli di comunicazione variabili per quanto riguarda l'ambito funzionale. La definizione dell'ampiezza di oscillazione dei suoi componenti e la verifica delle richieste comunicative e pragmatiche nell'intera classe di testo di quest'ambito.

2) La descrizione dei contesti dei tipi di testo comunicativi come una variante del macrocontesto e la concretizzazione delle richieste specifiche del tipo di testo.

3) L'esplorazione dei mezzi linguistici d'espressione e di composizione del testo che servono alla realizzazione di ogni richiesta concreta.

4) La descrizione delle qualità linguistiche non specifiche del testo del testo concreto.

5) La verifica dei mezzi di formulazione linguistica che sono caratteristici dell'intera classe di testo dell'ambito di comunicazione competente.

Si deve ammettere che è pratico e molto difficile muoversi in un ambito di comunicazione così ampio. Ma l'analisi può essere eseguita anche in modo frammentario. P. es. si può descrivere solo un tipo di testo. E' anche possibile un'analisi contrastiva di due o più tipi di testo.

Per descrivere la suddivisione dei modelli di descrizione proposti ho analizzato nella monografia sopra menzionata due tipi di testo di un giornale quotidiano – la notizia e la relazione. L'analisi è diventata una voluminosa parte del libro (pagg. 155-294). Cito un piccolo frammento.

L'intenzione comunicativa globale dell'ambito giornalistico "informare" diventa nella notizia "informare sull'avvenimento in modo operativo e conciso", ma modificato nell'ambito per "informare sul corso dell'avvenimento in modo operativo e oggettivo". Parallelamente il mittente viene concretizzato come "non definito" (la notizia) o "per lo più definito" (l'ambito). Da qui si dedicano le richieste pragmatiche e comunicative più o meno distinte su questi tipi di testo:

Notizia	Relazione
1) Registrazione degli avvenimenti	1) Riproduzione del corso degli avvenimenti
2) Forte selezione degli aspetti da tematizzare	2) Forte selezione degli aspetti del corso degli avvenimenti da tematizzare
3) risalto delle informazioni più	3) Suddivisione uniforme

importanti nella frase di apertura del testo	dell'informazione nel testo
4) Massima comprensione dell'informazione	4) Compressione uniformata dell'informazione
5) Modalità oggettiva	5) Modalità soggettiva nell'ambito dell'oggettività.

Queste esigenze comunicative e pragmatiche differenziate producono da parte loro differenze linguistico-testuali tra questi due tipi di testo. Alcuni di questi sono:

Notizia:

1) Modo di rappresentare: relazioni

Relazione:

1) Modo di rappresentare: relazioni/descrizioni

Dominio dei verbi con la semantica generalizzata

Dominio dei verbi con una semantica più concreta

2) Distanza minima della frase dalla linea di sviluppo del tema principale: da quella parte

2) Descrizione del corso degli eventi attraverso i testi: da ciò corrisponde la struttura linguistica del suo tipo (concreta,

Dominio dei mezzi di intreccio delle frasi

generalizzante, istruttivo dello sfondo); l'estensione dei testi anaforici parziali non

Dimensioni delle parti del testo: 1-3 frasi

stabilita rigorosamente.

3) Concentrazione delle informazioni principali nella frase di apertura del testo: da qui il risalto del valore comunicativo di questa frase con mezzi linguistici (dominano il perfetto, appellativo variabile - diretto, indiretto, azionale, processuale,

3) Libertà relativa del titolo delle parti del testo

perifrastico, metaforico ecc –
 dell'avvenimento); cooperazione del titolo
 della notizia con la frase che apre il testo

4) Coefficiente massimale più alto 4) Divisione delle strutture compresse
 della compressione (due, tre talvolta fino a nell'intero testo
 quattro preposizioni implicite nella frase).

5) Mittente non definito, da ciò 5) Mittente per lo più definito: da ciò
 l'espressione più breve per la valutazione l'espressione della disposizione emozionale
 più implicita (soprattutto nei titoli rispetto dell'autore per gli eventi (unità di
 alle notizie regionali) valutazione, espressiva e linguistica
 all'interno dell'informazione oggettiva).

La totalità delle proprietà del testo mostra il grado di convenzionalità di
 entrambi i tipi di testo. da ciò si evince che la relazione, paragonata alla
 notizia, è rimandata dal polo dell'estrema e forte standardizzazione di un
 passo.

6. I tipi di testo nell'insegnamento linguistico.

Noi parliamo solo di determinati generi di discorsi. Imparare a parlare
 significa imparare a costruire e utilizzare i generi del discorso. Noi
 impariamo a inserire i nostri discorsi nelle forme dei generi della
 conversazione, poiché queste forme sono organizzate quasi come forme
 grammaticali. Ci sono persone che sanno parlare una lingua molto bene, ma
 in alcune sfere della comunicazione si trovano abbastanza goffi perché non
 padroneggiano gli adeguati generi del discorso. Tutto questo lo scrisse
 l'eminente filosofo e filologo russo Michael Bachtin all'inizio degli anni
 '50. Il tipo di testo è il mezzo con il quale si realizza convenzionalmente
 l'atto della produzione del testo – circa mezzo secolo più tardi diciamo e

crediamo la stessa cosa: senza il tipo di testo (= genere del discorso) non sarebbe possibile l'informazione linguistica. Tanti più tipi di testo il parlante/scrittore può produrre, tanto più numerose sono le sue possibilità di partecipare alle diverse situazioni del discorso come partner della comunicazione con gli stessi diritti. I parlanti in lingua madre possono ampliare continuamente le loro competenze dei tipi di testo, mentre dagli studenti della lingua straniera questo deve essere raggiunto durante le lezioni. La didattica delle lingue straniere reagisce a questa tesi a metà degli anni '70 quando "viene impiegata la teoria della competenza comunicativa per la creazione delle lezioni di lingua straniera" (Götze, 1994). Queste nuove lezioni di tedesco come lingua straniera (DaF) sono principalmente concepite già da tempo per l'insegnamento comunicativo. Alcuni di questi accentuano la lingua parlata, prevalentemente alcuni atti linguistici, altri mettono il punto chiave sugli aspetti interculturali importanti dal punto di vista comunicativo, e soltanto pochi cercano di prendere in considerazione tutte e quattro le capacità di base (parlare, ascoltare, leggere, scrivere) in modo uniforme. Inoltre, ci sono numerosi libri di testo per le specifiche possibilità di applicazione della lingua (tedesco giornalistico, economico, giuridico ecc.) così come l'insegnamento del tipo di testo pratico. Ma gli insegnanti stranieri di tedesco, soprattutto quelli che non hanno la possibilità di formarsi professionalmente in Germania, hanno bisogno, secondo la mia opinione, di materiali per le lezioni fatte secondo una metodica sistematica, che favorirebbero lo sviluppo della competenza del tipo di testo (tanto producendo testi quanto interpretandoli). Solo su questa base ci sono poi da risolvere altri problemi. Intendo in prima linea i problemi d'interferenza. Molte tipiche azioni linguistiche si svolgono p. es. in georgiano (e sicuramente anche in altre lingue) totalmente diverso dal tedesco. Pertanto si distingue qualche tipo di testo/modello di conversazione completamente essenziale l'uno per l'altro (la lettera

ufficiale, la proposta di matrimonio, la conversazione telefonica e altre), ciò può portare in alcuni casi perfino al disturbo dell'informazione.

Anche nei seminari di stilistica sarebbe desiderabile lavorare con gli interi complessi dei tipi di testo. Intendo con questo la totalità dei tipi di testo che formano una e la stessa informazione in modi diversi. Certamente talvolta nei libri di testo ci sono da trovare due e talvolta tre di questi testi che possono appena creare un quadro completo. Ci sarebbe un vero "panorama dei tipi di testo", se p. es. facessero il resoconto di un incidente stradale in modo differente (attraverso il rapporto dell'incidente da parte della polizia, una notizia del giornale, le testimonianze, le conversazioni tra tutti i possibili partner del dialogo con diversi ruoli sociali, distinzioni di età e di sesso ecc.). Proprio in questi complessi si dimostra meglio come determinare in anticipo gli scopi comunicativi e le esigenze dell'organizzazione del testo.

La considerazione dei modi dei discorsi (parlato - scritto; recensito - raccontato; ufficiale - privato ecc.) e il corrispondente tipo di testo era per me un importante punto d'orientamento anche con il lavoro a una grammatica del tedesco per stranieri orientata sulla comunicazione per i georgiani. Questo si trova in diversi accenni linguistici e di didattica della lingua dei libri di testo così come con le interpretazioni dei valori comunicativi dei segni grammaticali concreti per il risalto. Nomino i più importanti.

1) Scopo del libro: sviluppo della competenza della grammatica della frase così come della grammatica del testo;

2) principio fondamentale della didattica della lingua: dall'acquisizione della forma morfologica sulla formazione delle frasi perfette alla capacità dell'uso della lingua parlata e scritta (forma morfologica → frase → testo);

3) struttura del libro in analogia al sistema temporale (Weinrich, 1971): testi recensiti vs. testi raccontati;

4) illustrazione delle regole grammaticali per l'uso di testi modello;

5) esercizi come mezzo di controllo che producono i tipi di testo;

6) procurare alcuni segni grammaticali considerando i modi del discorso e del tipo di testo (p. es. la distinzione tra lingua parlata e scritta così come i tipi di testo per chi impara le forme d'espressione della citazione; verificare i contesti riferiti al tipo di testo con l'uso del passivo ecc.);

7) stabilire e precisare alcuni paradigmi morfologici del tedesco parlato, che rappresentano i tratti distintivi presenti e stilistico-funzionali. Con ciò intendo forme armonizzate, che possono solo essere usate nei testi dialogici. Con un tale paradigma ritengo p. es. le forme di opposizione deittiche e locali come *die Frau hier/diese Frau/diese Frau hier/die hier/diese hier – die Frau da/diese Frau da/die da/diese da – die Frau dort/diese Frau dort/die dort/diese dort*, i possessivi usati con funzione pronominale *meiner – meine – meins*, i pronomi indefiniti *einer – eine – eins* con la forma plurale *welche*, anche come elemento di pronome *was für einer – was für eine – was für eins* con la forma plurale *was für welche*².

In conclusione vorrei ancora una volta ripetere una verità lapalissiana per me personalmente molto importante, infatti, è estremamente importante che gli esiti di ricerca orientati sulla comunicazione trovano appena come possibile il loro uso ulteriore nell'insegnamento della lingua straniera.

² [NdT] Tali espressioni grammaticali sono state volutamente lasciate in tedesco perché non esiste un corrispettivo reale nella lingua italiana.

Werner Holly

“Lo stile elevato” come stile sociale.

“Das neue Notizbuch” di Johannes Gross come esempio di testo.

1. Domande. Fondamenti del materiale.

Ci sono testi, che saltano subito all’occhio poiché si differenziano dagli altri per uno stile particolare, che si può indicare – con una valenza più o meno positiva o negativa – come “elevato”, “raffinato”, “ricercato”, “elitario”, “manierato”, “sofisticato”, “prezioso”, “ampollosa”, ecc. Quando lo stile significa deviazione, allora qui s’intende una deviazione “verso l’alto” e non una caduta di disonestà, ma piuttosto di eccellenza. Quando lo stile presuppone una scelta, allora questo stile è veramente “ricercato”, lo si nota per come è ben formulato, sembra il contrario del “parlare con naturalezza”. Questo stile non solo è “elevato” nel senso di un concetto normale, che può “aumentare il livello” con la fatica, ma anche con l’intenzione chiara di “distinguersi” dagli altri, che può “aumentare il livello” con la fatica, ma anche con l’intenzione chiara di “distinguersi” dagli altri, di “elevarsi” su di loro, anche se il risultato non può essere uguale a una “lingua elevata”.

Come si può caratterizzare più precisamente questo stile? Come è stato affrontato nella retorica, nella linguistica e nella sociolinguistica corrente? Qual è il senso stilistico (Sandig 1986, 53s.), la funzione di un simile stile elevato? È soprattutto un fenomeno stilistico che in quest’occasione lo tratta

o sono più adeguate altre categorie come il “socioletto” o il “registro”? Questo stile elevato si può caratterizzare come stile sociale, vale a dire in modo sociolinguistico e pragmatico?

Come materiale di partenza e fondamento del testo ho bisogno di un esempio giornalistico: “Das neue Notizbuch 1985-1990” di Johannes Gross. Questo è una raccolta pubblicata sotto forma di libro di 943 testi brevi (numerati e datati in gruppi), che l’autore ha scritto per il “Frankfurter Allgemeine Magazin” e ai quali era già preceduto un primo volume con simili testi. Si tratta, dunque, di tipi di testo misti scritti e parlati o di un insieme di tipi di testo che assomigliano alle annotazioni su un diario, senza il loro carattere regolare e cronologico e prima di tutto privato e intimo, sebbene il carattere personale non rimanga del tutto trascurato. Si trovano (con numerose coincidenze): aforismi, annotazioni critiche della lingua, i cosiddetti “frutti della lettura”, osservazioni di viaggio, aneddoti (vissuti e personalmente raccontati), con lo spirito aumentavano le osservazioni e le esperienze della vita quotidiana, le chiacchiere e i pettegolezzi (a un livello più elevato), i commenti sui fenomeni politici e sugli stili di vita, giudizi di gusto, saggezze di vita. Il tono di base è ironico, spiritoso, provocante; rispecchia un comportamento di base conservativo, anche se del tutto critico con particolarità sorprendenti, una cultura sviluppata, una dichiarazione decisa ma che riflette troppi valori, il calore del mondo e il bisogno di brillare. Qui di seguito come assaggio un esempio più breve e uno più lungo (il numero dei brani tra parentesi quadre):

(1) Come molte persone, che ridono volentieri e abbondantemente, egli era completamente senza umorismo. [844]

(2) Trapezunt e Samarcanda. Sono posti che si devono evitare. La realtà non è all’altezza del ricordo. I nomi incantano domini lontani, che svaniscono in un baleno alla vista di detriti grigi. Sarei dovuto quasi andare in Cappadocia, ma solo quasi. La

meraviglia della provincia di Nevsehir si prende da un posto, che si chiama Ürgüp, ancora come una vera meraviglia autentica. Andando dalla caverna di nuovo verso la luce, dice la bella Annalisa "... si piega il troglodita", cerca di completare la citazione, chiama per chiedere aiuto per la definizione corretta, il tormentato rompicapo senza senso. Nel raggio di cento miglia non c'è alcuna edizione Schiller. Solo dopo il ritorno si trova il ricercato, alla festa di Eloisa. [613]

Com'è fatto, com'è motivato, cosa deve produrre questo stile? Sembra che si tratti ancor più che uno "stile" di una "stilizzazione", che dovrebbe aumentare completamente secondo Bourdieu (1990) il valore dell'autore e del suo gruppo di lettori sul "mercato linguistico". Si può stabilire quest'impressione linguisticamente? Se qui si può parlare di uno "stile sociale", come lo si può caratterizzare? – per descrivere i testi si deve avere tuttavia una traccia e per caratterizzare lo "stile sia alto che sociale" si deve fare la verifica di una richiesta d'esame.

2. Cenni di retorica, stilistica e sociolinguistica.

Il contrassegno "ricercato" lo conosciamo dal vocabolario, dove si trova accanto a indicazioni come "linguistico-culturale", "poetico", "linguistico normale", "del linguaggio popolare", "trasandato", "grossolano" o "volgare" come giudizi stilistici (v. p. es. DUW 1989, 9) e viene messo in relazione con i "contrassegni diastratici", anche in relazione a quelli che si riferiscono allo strato stilistico (su ciò Braun 1981, Corbin 1989, Hausmann 1989, Püschel 1989); ma è chiaro a prima vista che per stile "elevato" non si tratta solo di qualcosa di lessicale. Innanzi tutto, devono essere elencati in una visione generale sulle diverse tradizioni di descrizione gli elementi stilistici, che devono essere tipici per questo strato stilistico.

La teoria retorica dei tre stili (Spang 1994), che era coniata per la maggior parte degli strati stilistici o livelli stilistici, è parte della *elocutio*; si orienta su criteri d'adattamento alla materia, al tema e al proposito dell'azione (*aptum*), i criteri dell'*ornatus* ossia l'arte della formulazione, i criteri del genere e i criteri di posizione stabiliscono una connessione con un grado sociale delle figure di un'opera. Nello schema di Dreier si ha accanto a uno "stile più basso" e a uno "medio" quello "più alto", "ricercato" o "sublime" (*genus sublime, grande, grave, vehemens, robustum, grandiloquum*), che non può essere sempre paragonato alla "sublimità" (Kallendorf tra gli altri 1994, 1360); è contrassegnato da un lessico selezionato, da opportuni ornamenti di figure e da una costruzione della frase, che è conforme alle intenzioni appassionate dell'oratore.

La stilistica rimanderà agli strati e ai livelli stilistici, se si tratta di elementi stilistici lessicali, fraseologici e sintattici, che saranno descritti come distinti in modo diastratico (p. es. Fleischer/Michel/Starke 1993, passim). Tali unità lessicali devono essere "ricercate", "esse vengono usate con diritto di precedenza nella comunicazione retorica più dispendiosa, più esigente, più solenne (*viso, faccia, guardare, iniziare*) (ibidem, 105). Il contrassegno "poetico" viene visto in modo problematico, si riferisce a espressioni determinate come "elevate" o "antiquate", che però non sarebbero limitate a testi ameni (belletristici; ibidem, 127). I fraseologismi "elevati" dovrebbero avere in parte un carattere linguistico-culturale, "hanno origine da molteplici materiali antichi di formazione" talvolta con una tendenza a comportamenti che sembrano "metafore poetizzanti", non di rado sembrano eufemismi (ibidem, 152). Con Žerebkov (1988, 166ss.) determinati segni sintattici sono descritti come "al di sopra degli standard" il genitivo avverbiale e "assoluto" (*Ich denke deiner, schnellen Schrittes*), l'accusativo assoluto (*Er steht da, den Stock in der Hand*); frasi secondarie afinite, periodi involuti, periodi con valore arcaico. Fleischer/Michel/Starke

(1993, 210) inoltre citano: l'attributo genitivo preposto, il superlativo dopo un pronome dimostrativo, l'eliminazione di un complemento oggetto.

Nella sua "teoria linguistica della stilistica" Sanders (1973, 103 e seg) delinea, allontanandosi dalla suddivisione retorica (51s.) e dal suo rimando nella tradizione lessicografica (94s.), uno schema a quattro, che prevede

- 1) uno stile semplice;
- 2) uno stile spiegato con una linguistica normale;
- 3) uno stile ricercato ed elevato;
- 4) uno stile poetico.

Sebbene lo stile ricercato ed elevato sia problematico,

In questo non si riferisce all'ulteriore significato sociologico di "strato superiore (élite)" [...], ma esprime più di un atteggiamento linguistico [...]; in secondo luogo si presenta la domanda della delimitazione nei confronti del poetico. La disponibilità delle espressioni esigenti e pubbliche (p. es. la letteratura amena elevata, gli essay scientifici, i discorsi ufficiali, ecc.), che si elevano sul livello normale senza accettare un carattere poetico, può sembrare consigliabile, a questo scopo accostare un proprio strato stilistico (Sanders 1973, 103s.).

Qui lo stile elevato è unito esplicitamente a uno "strato superiore". Si aspetta solo un'apertura della ricerca sociolinguistica. Certamente il significato di "strato superiore" si può trovare di quando in quando nei lavori sociolinguistici (p. es. Löffler 1994, 125s.), ma più precisamente mancano le realizzazioni. La funzione per assegnare la lingua a uno stato sociale sembra – per lo meno per quanto riguarda l'ambito linguistico tedesco – essere stato esaminato così bene come unicamente collegato con l'opposto dello strato centrale e del sottostrato e quindi dello standard e del sottostandard, con esiti molto discussi (lemma "barriera linguistica"). Le opere standard sociolinguistiche come quella di Nabrings (1981), Dittmar (1997) o di Barbour/Stevenson (1998) se la cavano senza il lemma "strato

superiore”. Lo strato superiore viene chiamato nel migliore dei casi in un attimo stato intermedio (p. es. Stevenson 1995), una differenza tra lo strato superiore e lo strato intermedio non viene effettuata. Peter von Polenz (1994, 207) si accorge a questo punto: “Nella sociolinguistica il discorso è per lo più solo sulla lingua dello strato intermedio e inferiore, difficilmente sulla lingua dello strato superiore”. Come basi per questa riservatezza della sociolinguistica con l’esame della lingua dello strato superiore egli rende responsabile la loro “esclusività più marcata”; ma vede dalla sua prospettiva storico-linguistica anche una connessione “con il disinteresse molto diffuso (predominante con tutt’altri mezzi) degli strati superiori per il prestigio sociale a causa di una lingua nazionale colta”, il cui miglioramento è stato una faccenda della borghesia culturale (ibidem).

Questo potrebbe indicare che non c’è un socioletto dello strato superiore, ma che quello che qui viene percepito intuitivamente come stile elevato, certamente è da prendere in senso sociale, ma forse come una varietà di socioletto non specifica dello strato, come “lingua degli eruditi”, o meglio come uno stile sociolinguistico. Come status concettuale questo si associa al cosiddetto stile elevato, perciò sarà spiegato più avanti.

3. Varietà, stili, registri e stili sociali.

La delimitazione precisa dei concetti per descrivere e modellare le varianti linguistiche appartiene interamente alle domande ancora aperte nella sociolinguistica. Qui comincerò dalle impostazioni sulla depurazione di Auer (1989) e di Dittmar (1997) e mi appoggerò al significato dello “stile sociale” di Kallmeyer (1994). Auer (1989, 30) separa le “varietà” dagli “stili”:

Da una parte le varietà sono sempre dei (sotto)sistemi con confini abbastanza tangibili o riconosciuti [...]; dall'altra le varietà sono definite unicamente con caratteristiche grammaticali, mentre gli stili possono comprendere anche le caratteristiche di altri sistemi comunicativi (turn-taking, gestica, ecc.).

Inoltre Dittmar (1997, 207s.) discute in modo particolareggiato il significato di “registro”, lo definisce come una “varietà diafasica” (“situlo”) e lo circooscrive, come Auer, alle varietà degli stili, con i quali lo vede costituito in primo luogo su un “piano linguistico del sistema” e in ultimo su un “piano pragmatico”, che può essere diverso per la grandezza di destinazione negli “stili del registro dialettale e specifico dei gruppi” (ibidem 225, n. 131; 227s.). Per me si parte da questo – con le dimensioni comuni di spazio, gruppi e situazione – per la seguente (temporanea) suddivisione delle categorie di varietà:

	Diatopica	Diastratic	Diafasica
	a		
	(spazio)	(gruppi)	(situazione)
Varietà	Dialetti	Socioletti	Registri
(Linguistic			(situlo)
he			
del			
sistema)			
Stili	Stili	Stili	Stili del registro
	dialettali	sociali	
(pragmatici		(specifici	
)		del gruppo)	

Ciò che ho incontrato nei testi di Johannes Gross, lo potrei descrivere come “stile sociale”. Poiché non si tratta di fenomeni che si possono prendere esclusivamente nel modo grammaticale e linguistico del sistema, quindi suppongo che non si tratti di una varietà, ma neppure di un socioletto. Poiché, sebbene si tratti di testi di un singolo individuo, vorrei dare rilievo alla specificità del gruppo, quindi rimango all’interno della dimensione diastratica. Naturalmente si potrebbero esaminare i testi anche su uno stile di registro o anche come esempio di stile individuale. Ma credo che ciò che ho percepito come stile elevato, si può comprendere meglio come “stile sociale”.

Con la definizione di “stile sociale” mi riferisco a Kallmeyer (1994, 30s.), egli ne dà la seguente definizione in relazione al progetto di Mannheim “comunicazione nella città”:

Gli stili del comportamento linguistico sono un segno fondamentale di distinzione sociale e la loro coniazione è collegata alla formazione di mondi sociali e all’identità sociale dei gruppi e delle grandi comunità linguistiche. La loro analisi permette la rivelazione del meccanismo linguistico dell’integrità e della separazione sociale.

Come costituenti degli stili sociali vengono esaminati nel progetto di Mannheim gli eventi specifici della comunicazione e le forme d’azione, che riguardano una coesione e un’identità sociale, mentre producono campi per l’autorappresentazione e la rappresentazione di terzi. Particolarmente importante per le autorappresentazioni e le rappresentazioni di terzi sono le referenze delle unità sociali, ma anche altri metodi di rappresentazione di qualità sociali, come p. es. le regole di tematizzazione e di cortesia o le regole di svolgimento del conflitto, degli stereotipi e delle espressioni linguistiche per le categorie sociali. Qualcosa di ciò lo voglio esaminare nei testi di Johannes Gross, in ogni caso nell’impostazione.

4. La stilizzazione linguistica e l'identità sociale.

Naturalmente ogni parlante/scrittore con le sue dichiarazioni può anche sapere, a quale gruppo sociale potrebbe essere associato e a quale in nessun caso vuole appartenere; l'autore delle comunicazioni a perdere progetta inoltre un quadro del suo pubblico d'arrivo, una specie di "recipient design". Egli fa tutte e due le cose con una serie di stilizzazioni che operano allo stesso modo in dimensioni linguistiche differenti alle quali appartengono i mezzi classici stilistici della lingua dal livello del suono a quello del testo come le categorie pragmatiche e stilistiche spiegate da Sandig (1986, 170ss.): l'azione e il suo contenuto, gli agenti e il loro rapporto, gli aspetti della situazione, gli atteggiamenti e le modalità. Qui però si devono osservare nell'ambito delle diverse dimensioni le prospettive centrali per gli stili sociali su una singola persona e gruppi (autorappresentazione) e sugli altri (rappresentazione di terzi).

4.1. L'autorappresentazione.

Lo studio delle unità sociali, così come delle classi, degli strati o dei gruppi, si occupa di una serie di fattori eterogenei, sulla cui base si può indicare l'appartenenza a questi prodotti, come p. es.: il reddito e la possibilità, la formazione, il potere, il prestigio, l'origine sociale e la famiglia, il lavoro, le attività per il tempo libero, il modello di consumo, le forme di socievolezza e l'atteggiamento verso il matrimonio, il modo d'uso dei media, l'orientamento dei valori, gli atteggiamenti, il comportamento

elettorale, il modello di autoidentificazione e la percezione del mondo sociale. Tutti questi sono anche – più o meno – campi adatti per l'autorappresentazione linguistica come posizione sociale. Qui alcuni devono solo essere raggruppati in esempi di testo.

Mentre nei testi palesemente autobiografici un autore tematizza *la propria persona e la propria famiglia* anche in modo dettagliato, Gross tende nel seguente tipo di testo a un altro procedimento totalmente indiretto per inscenare l'autorappresentazione su questo campo. Solo sporadicamente e occasionalmente compare nel suo taccuino la propria origine e la famiglia attuale. In un pezzetto sui cambiamenti della Chiesa Evangelica ai tempi dell'Aids si apprende qualcosa sul discreto sfondo protestante, sui fratelli e la madre; anche la nonna, una contadina, procede in un rapporto religioso:

(3) Una volta quando da bambini discutevamo sulla domanda se ricevere il sacramento da un calice non fosse antigienico e pericoloso, la pia madre aveva risposto che era impossibile che qualcuno si potesse contagiare dal degno ricevere la sacra comunione [...] [133]

(4) Quando ero bambino, nonna Hilda mi raccontò che misteriosamente il Melantone aveva sporcato il vero insegnamento di Lutero. La nonna era contadina, tutti i suoi antenati erano stati piccoli contadini o minatori, dal Pastore poteva avere così poco come dalla scuola. [...] [436]

La famiglia attuale appare più mondana nelle relazioni. La moglie (“mia cara”) viene spinta “dopo una serena serata a Drury Lane” in una controversia con una famiglia concorrente su un taxi in una vettura [403], la figlia (“in compagnia di un giovane americano in un malvagio atteggiamento da futuro genero”) ha invitato nel “più bel teatro di Gran Bretagna” di Aberdeen [84], il figlio racconta “dell’offerta sempre accettabile della sua mensa francese” [339].

Dall'*evoluzione lavorativa* apprendiamo ugualmente tra parentesi, p. es. un pezzetto del periodo giuridico, che contemporaneamente dà l'occasione di dimostrare la propria liberalità:

(5) Il giudice Klinikhammer era un uomo di buon cuore, consapevole del proprio dovere e onesto. Quando iniziai da lui come tirocinante, mi confidò che, primo, avrei dovuto lavorare soprattutto bene, e secondo perché adesso vedeva l'ultima possibilità di diventare ancora direttore del tribunale provinciale. Mi sforzavo anche tuttavia in modo che a lui non piaceva [...] [269].

Gross, infatti, si adoperava poiché diventò certamente (agendo solo per lettera) un “demonio che punisce, ma non distrugge”. L'ostentazione di liberalità e tolleranza, qui oltremodo esercitata “in eroticis” [596], appartiene a un *habitus* altoborghese, che – con la solidità nei valori di base – dimostra relazioni sovrane e distanziate con modi di percezione che si allontanano dal rigorismo della piccola borghesia (Müller 1986, 178s.).

I giornalisti eminenti illustrano la strada piena di successi per numerose menzioni (“name dropping”) di conoscenza personale con punte nel mondo delle apparecchiature (Sternberger, Bucerius, Augstein, Nannen, Fest, Dechamps, Höfer, Stolze, Woessner, Mohn, Siedler e altri), in aggiunta a questo politici selezionati (Adenauer, Brandt, Rau), imprenditori e borsisti (Abs, Kostolany) artisti (Beuys, Janssen); amici e colleghi vengono spesso menzionati e abbelliti con epiteti (“un caro amico”, “un collega politicamente provato”, “il severo Klare”) – con cui diventano visibili anche le amicizie internazionali –, ma di regola rimangono anonime. Egli critica gli sviluppi del giornalismo (p. es. quello investigativo) e in particolare la televisione (p. es. le pubblicazioni sperimentali e i sondaggi in strada, i passatempi tanto quanto le critiche sociali). Un saggio della sua competenza professionale nella domanda della moderazione delle discussioni lo dà il seguente testo:

(6) Chi viene invitato a una delle popolari tavole rotonde non ha bisogno di indugiare, si reggerà con l'arguzia e una tesi vigorosa. Faticoso e ingrato invece il ruolo di chi deve dirigere il cerchio. Ci sono un paio di regole: 1) In nessun caso non più di sei partecipanti. 2) Nessun grande colloquio preliminare – tanto meglio la preparazione quanto peggio la realizzazione. 3) Il tavolo un semicerchio o a forma di boomerang; il moderatore deve poter vedere i compresenti, che discutono sempre uno con l'altro e uno contro l'altro e non con il pubblico. 4) Nessun discorsetto d'ingresso, ma tesi brevi, già trenta righe sono meglio di un paio di minuti. 5) L'uguaglianza approssimativa dello status dei partecipanti – che esclude il rappresentante dell'ultima ora. 6) Se (dopo al massimo sessanta minuti) si deve concatenare un dibattito plenario: [devono essere] montati solo microfoni fissi di sala. 7) Richiedere un'alta ricompensa è la cosa più faticosa di ogni esposizione. [497]

Già il ceto sociale si rispecchia nei *teatri*, nei quali Gross ci conduce: compleanni di politici importanti, imprenditori, allestimenti di gala di grandi case editrici, feste in giardino, colazioni tra uomini, un salotto politico, un ballo di privati, cene nobiliari con dirigenti dell'economia o con diplomatici, funerali che si chiamano anche “feste di dimissioni”, la Camera dei Lords inglese, soprattutto i viaggi verso posti particolari (v. es. 2) e più spesso Sylt, il cui calore del mondo è stimato con l'economia (“secondo il tipo di St. Tropez” [405]), con cui si delimita contemporaneamente verso alcuni che “già una volta sono stati a Sylt” e la “sindrome di Kampen” deplora: “si incontra la gente esattamente nei bei posti, che per tutto l'anno evita accuratamente” [283].

Un ruolo centrale nell'autorappresentazione lo assume l'esibizione, esercitata ovunque, di *formazione e gusto* come risorse di prestigio. Qui c'è la vera sfera d'attività di questo testo, tutta nella tradizione della cultura borghese già dal XVII secolo, quando si mostrò un perfezionamento linguistico come efficace strumento per lo sviluppo sociale e infine il sistema come simbolo sociale (v. von Polenz 1994, 200s.; 1999, 58s.), fino

ad arrivare a una “cultura di rappresentazione della lingua” che si staccò da una “cultura di rappresentazione più antica del corpo basata sulla nobiltà” (Linke 1996, 63s.).

La stilizzazione si sviluppa innanzi tutto su un livello lessicale e sintattico dove appena un’occasione viene scaricata dall’espressione particolare, da quella “segnata”. La lista delle parole linguistiche arcaicizzanti di formazione è voluminosa e comprende tutte le classi di parole: sostantivi come *Herzenhärte, Lebenssattheit, Schlechtigkeit, Erdkreis, Hinschied, Klugmeierein, Degout, Gemeng, Honettetät*; verbi come *anheben, einhertreten, stillestehn, ziemen, sich (im Gespräch) ausgeben*; participi come *beigewohnt, encadriert, auferbaut*; aggettivi come *bös, generös, famos, vorfristig, fortwährend, anmutig, ungezogen, mancherei, kirchgängerisch*; avverbi di luogo come *hierzuland(e) /hierzuland’, anderwärts, manchenorts, allenthalben*; avverbi di tempo come *zuweilen, allweil, vormals, vordem, jüngst, dermaleinst*; l’avverbio della preposizione favorito è *gewiß(lich)*, la particella d’intensità che si trova più di frequente è *vornehmlich*, si trovano anche *gottlob* e *gemach*. a questo punto sono messe in contrasto, anche se solo raramente, le espressioni gergali e la lingua colloquiale come *Staatknete* o *abstauben*, ma meglio gli elementi “della lingua colloquiale elevata e regionale” come *dußig, Schnick-Schnack, Rotspon*, o *sich in einen Deibel um etw. scheren*. Naturalmente non mancano gli elementi classici della lingua di formazione come le parole straniere ricercate (*Faktion*), o la lingua straniera che rimane non tradotta (*Memorial Services are the cocktail parties for the oversixties. Kommentar dazu: And the obituaries their gossip columns* [564]), oppure sempre citazioni latine (*praesente medico* [542]). Vengono presentati anche i soliti arcaismi morfologici (*ward* invece di *wurde*, *worinnen* al posto di *in dem*), oltre a ciò arcaismi sintattici come le frasi relative afinite, nominalizzazioni capricciose con i sistemi di collegamento (*nach endlich bewirkter Zahlung, bei einer brauchtümlichen Weinfestlichkeit*), costrutti

preposizionali invecchiati (*für altmodisch gegolten*) e attributi al genitivo preposti (*des Konfuzius Erinnerung*). Tutto ciò appartiene al repertorio di uno stile conservativo della lingua di formazione che si comporta con ambizione letteraria. Allo stesso modo l'autore resta abile e anche un po' civettuolo, p. es. presenta "un primo verso" come "civettuolo, ma per la presentazione a modo" [246]. Con una siffatta stilizzazione si alza sul giornalismo comune nel grado di "pubblicista eminente"; che celebra anche il testo nella pagina di copertina. Per questa trasformazione dei ruoli lo stesso Gross nota su quale pagina di libro si possa leggere che lui è dottore honoris causa all'università della Florida (speriamo con autoironia):

(7) I giornalisti sono persone che scrivono con disinvoltura di attualità e si burlano degli onori borghesi. Poi diventano pubblicisti e scrivono sull'Eterno con importanza e accettano gli onori borghesi [73].

Le osservazioni critiche della lingua ricevono molto spazio e in questa relazione ricevono un trattamento a parte; qui possono solo essere indicate per la loro funzione stilistico-sociale, a dimostrazione della consapevolezza linguistica superiore alla media, che si discosta dagli altri:

(8) Le persone colte in Germania credono di parlare così bene il tedesco che si interessano solo minimamente alle domande della lingua e ne discutono ancora meno [...] [321]

Per organizzare una figura serve urgentemente la presentazione della conoscenza ampiamente diversificata in filosofia, teologia, storia, scienze naturali e mediche, politica ed economia, letteratura, musica e arti educative. Queste vengono documentate con un vero spettacolo pirotecnico con nomi importanti, multiformi estratti di opere e tesi da tutto ciò che è possibile in questi campi dello scibile, per cui accanto ai canoni di

formazione classica (antichità e la Bibbia) di volta in volta si dà la preminenza al particolare. Agli storici non succedono proprio, solo in Leopold von Ranke e Jakob Burckhardt, ma anche in A.J.P. Taylor e K.F. Werner non ci sono solo commenti con le tradizionali citazioni di Goethe e Schiller (alla fine senza la menzione di Schiller: “*In deiner Brust sind deines Schicksals Sterne*”, *Ja denkste, Illo*. [376]), ma anche con la lezione dei colori di Goethe o brani dal diario di Goethe, che poi danno p. es. un’occasione a una piccola figuraccia dell’edizione Artemis:

(9) Il diario di Goethe, 2. il 23 maggio 1807 Goethe menziona la medaglia per la battaglia di Jena con l’effigie di Napoleone, nella parte posteriore si può vedere Giove con l’aquila e la scritta: *Borussis devictis Saxonia liberata*. Nell’apparato dell’edizione Artemis esaminata la frasetta viene tradotta: “Con la vittoria sui russi la Sassonia è liberata”. [441]

Fuori del comune sono le autoreferenze nel sistema di formazione che testimoniano la parte interna: “ciò che Bertaux trae da Goethe” [309], se Updike cita Locke [471] o si nota che André Gide dice qualcosa sul teatro a Walter Benjamin [431]. Con questo si giudica meglio e volentieri e senza rispetto in ogni caso superiore e sovrano naturalmente il pensatore e il poeta di principi di sinistra (p. es. Habermas, Frisch, Neruda, Heym) con cui si raggiunge anche all’occasione i fasci culturali:

(10) Negli assi ereditari di Roland Barthes si legge non senza divertimento. Dopodiché, mentre il libro affronta: cosa manca a un uomo per poter passare dall’opportunismo di Sartre e dalla più onesta Simone de Beauvoir passando per Foucault, Lacan, Derrida, Merleau-Ponty e i nuovi filosofi non ha letto tutto? Attraverso questi artifici nessuno è diventato più saggio. Bohrer con le assi sottili che vengono laccate in modo formidabile [461].

Il giudizio naturale è solo una punta rassicurante di un comportamento che deve mostrare l'atteggiamento di base critico di un intellettuale senza pregiudizi, e si profila in linea di massima in saccenteria e altro sapere. Il RIPARLARE e il METTERE QUALCOSA AL SUO POSTO sono atti linguistici pertinenti. Bourdieu ha mostrato come ci si possa stilizzare nelle classi più alte specialmente con le indicazioni di percezione “eterodosse”, che da una parte si allontanano dalle teorie della vita quotidiana e dalle verità eterne (“doxa”), dall'altra invece dalle idee ortodosse del ceto medio (Müller 1986, 179). Le opinioni comuni vengono dunque ripetute (“con le chiacchiere, nessun uomo è insostituibile, [...] non ha alcuna verità” [60]), affermazioni della tradizione popolare [337], proverbi [463], “un misero topos” [722], ogni quantità di falsità e di errore viene corretta. Gross si augura (“come Flaubert”) una “lista di massime empiriche, che [...] coincidono” [756]. Il “giusto è in molti casi l'opposto, il punto è spesso ottenuto dai contrari; perfino per creare un bonmot viene dimostrato il contrasto di presentazioni più deboli:

(11) Come viene costruito un bonmot: un buon amico comunica divertito l'osservazione di un francese come un bonmot: chi conosce una milionaria e non s'innamora di lei immediatamente, è un inetto. No, penso io, un bonmot viene da questo, se si dice: chi conosce un suo erede e non s'innamora immediatamente, è senza cuore [563].

Non solo la formazione è un bene alto, dipende soprattutto dal mettere in mostra con eleganza. Alla formazione appartengono il gusto, che può essere dimostrato in diversi campi degli stili di vita, e l'educazione: Gross ha stilizzato in numerose osservazioni sul mangiare, il bere, gli abiti e il comportamento (comunicativo) come *arbiter elegantiarum*: lamenta il pessimo cibo e le pessime maniere come gli sbadigli a bocca aperta [446], il “tu tra simili” alle scuole diplomatiche [429] e lo stesso disturbo due volte

nella lettura [252, 681], loda lo smoking (“anche un’uniforme di civiltà” [340]), teme per la cultura della Martini negli U.S.A. [134]; un’intera sequela di articoletti lo rendono un intenditore di vini, che tuttavia domina temporaneamente – nelle evenienze o negli ambienti più sicuri – le paure delle relazioni:

(12) Birra: la via d’uscita, per le altre persone il vino. [38]

(13) Di fronte a Kempinski si può mangiare bene al chiosco dei würstchen. Recentemente volevo riguadagnare un’avventura di formazione. Non avevo ancora mangiato un wurst al curry, che deve essere nominato tra le azioni gloriose nella città da settecentocinquanta anni. L’impressione era la stessa come con altre specialità anticamente famose che lo raccomandavano come uno dei patriottismi locali. [371]

La formazione e il gusto sono prima di tutto mezzi di distinzione sociale, poi l’appartenenza a una elite sociale che si raggiunge in modo diverso negli strati inferiori, dove si giunge più a una semplice soddisfazione dei klischee, appunto con la distanza e paradossalmente con l’individualizzazione.

4.2. La rappresentazione di terzi.

Il lavoro di distanza viene reso quasi visibile e permanente con la rappresentazione degli altri, “delle altre persone”, dei “simili” (del resto una parola d’“uso linguistico sentimentale” [478], che si sviluppa con i politici per una regolare “prosa del prossimo e del concittadino” con la “costruzione collosa delle parole” [186]), dei “contemporanei”, dei “molti” con un’intera scala di “categorizzazioni sociali” (Hausendorf 1997), dalle quali qui solo alcune possono essere riprese.

L'alto valore della formazione corrisponde alla frequenza del verdetto "stupidità". "se gli stupidi sono contro l'esistente" – tempo terribile, terra cattiva [177]; si sarebbe condiscendenti a torto contro "gli handicappati", lo "stupido" – viene ironicamente osservato – al contrario non è "handicappato" [4], a causa di una stupidità non ha successo nella politica della nuova generazione [363], gli stupidi sono Luise Rinser (secondo Henscheid) e Giovanni XXIII (secondo Adenauer) [576], ci sono "parole stupide", un "sorriso stupido" (l'"iniziato") [215], la "domanda stupida", che si annuncia come tale [509], la "polemica profondamente stupida" [792], la "stupidità istituzionale" [482], lo "sciocco", lo "stupido" e il "babbeo" e non per ultimo la "stupida sinistra", che inventa il "socialismo realmente esistente" [290]. Infine: "la storia della stupidità" è una materia dignitosa" [933].

La stupidità è anche molto diffusa, al contrario la formazione rara: l'essenza della dizione sboccia, "poiché ovunque presso i bravi la fame di cultura è più grande della formazione" [3]. Essa appare come una questione di un gruppo di status, ma rimane come tale una richiesta, qualcosa che se viene pianto manca "alla colonna sociale della posizione colta" [564]. Pieno d'invidia solleva lo sguardo verso membri della "classe preminente" in Francia: "per lo più muscolosi e slanciati, sanno di esprimersi in modo preciso e cortese, parlano lingue straniere, quando generalmente, poi altrettanto molto bene, procurano al partner della conversazione l'impressione di una competenza superiore, soprattutto nel paragone con i nostri galantuomini, che si vantano molto della loro lingua americana sveva del Palatinato" [87]. Ciò che proprio manca è l'élite che c'è altrove:

(14) La Francia, la Gran Bretagna, gli U.S.A. formano dal poco le élite. La Repubblica Federale Tedesca eccelle nel formare un popolo su solidi mestieri, che le industrie denominano come la chiamata della perfezione e dell'affidabilità. Con questo

diventa ricca, ma non felice. Non c'è alcun orgoglio nella media – e sarebbe la cosa migliore per il mondo [686].

Poiché dipende dalla formazione non solo nel senso di un sapere tecnico, dell'erudizione e della dottrina, e non proprio dall'ampliamento massiccio, ma poiché la formazione è intesa come elemento dello stile esclusivo e sociale, da una parte mostra la delimitazione contro la frazione degli eruditi aridi del libro, "istruiti", che hanno un'"antipatia superba" contro l'illustrazione [95], e dall'altra lo scongiuro dell'antica "Europa dell'istruzione" che ha formato uno stile elitario secondo un modello nobile, - eccetto la Germania:

(15) Come specifico per l'atteggiamento della nobiltà, Wilhelm Meister indica «una grazia veramente solenne con le cose usuali, un modo di grazia spensierato, serio e importante». Da questo è diventato lo stile dell'élite europea, ma non di quella tedesca che si è compiaciuta e isolata nella serietà rustico-artigiana (nell'antica Europa dell'istruzione – la cosa delle persone d'affari e dei tecnici americani, australiani e giapponesi non è neanche la grazia agile e professionale) [736].

Il parallelismo con la distinzione, che Bourdieu (1982, 125s.) fa tra l'"erudito" (affettato, pedante, pretenzioso) e l'"uomo di mondo" (naturale, mondano, distinto), come prototipo di due frazioni dello stato superiore, si trova alla mano: nell'esempio (15), che delimita però in giù fino al ceto medio, ricorda già che questa distinzione è "però solo una ristampa del confronto tra la nobiltà stabilita e la borghesia dei nuovi ricchi nel XVII secolo (Müller 1986, 178). Essa dà anche un'indicazione alla funzione della presente stilizzazione, precisamente il "campo simbolico all'interno della classe superiore", "competizione di distinzione tra privilegiati per staccarsi dalla 'massa' della classe dominante" (ibidem), che p. es. si svolge in gran numero nell'esposizione, ma per fortuna l'arte astratta con la sua

“leggiadria del freddo, inaccessibilità completamente perfetta” [773], non capisce:

(16) Cinquecento uomini nella Tate Galerie, accalcati per la nuova costruzione agli onori di Turner, avrebbero potuto anche essere cinquemila. Dai quadri non si percepisce nulla, a meno del convenzionalismo delle opere del primo periodo, su questo si deve stabilire tutto in modo chiaro. Due passi lontano dalla luce, dall’aria, dal vuoto e dal silenzio, le sale degli astrattisti; così bene che Malewitsch e Mondrian non diventano popolari [398].

L’ideale di persona colta distinta, naturale, che segue il mondo, decente, che porta il segno di prestigio come “le caratteristiche tipiche di una persona, un essere non distolto dall’avere, una *natura*, che è stata paradossalmente per la formazione, una formazione per la natura, per una dote e un dono” (Bourdieu 1974, 603s.; cit. n. Müller 1986, 170), questo ideale si trova per Gross occasionalmente in piccoli ritratti; così si dice dal produttore di champagne Rémi Krug, che colpisce “presso i Kaufmann di Grevenbroich” (!): “L’autocoscienza dell’élite protestante in Francia viene nascosta in modo mondano” [925]. Due esempi ulteriori sono la descrizione di Dolf Sternberger, vicino al margine del “cattivo gusto dell’élite”, e quello di Gerd Bucerius, nel quale si dà rilievo alla libertà dell’obbligo piccolo borghese:

(17) Uno dei pochi bei giorni estivi Dolf Sternberger si è scelto per offrire ospitalità a una colazione tra uomini: due giorni prima dei suoi ottant’anni. Il nobile vecchio, come sempre di un’eleganza superba, finì le sue parole di benvenuto con l’osservazione di Sir Thomas Browne nell’*Urne Burial*: *The long habit of living indisposes us for dying* [...] [469].

(18) Gerd Bucerius, ancora in età avanzata ha l'energia e la freschezza intellettuale di un giovanotto, e non si nota neanche per idea dalla caducità del corpo così come dalla clemenza dello spirito. Come riusciva a farlo? Un modo di antica ascesi leggera sicuramente nel mangiare e nel bere, non sciupa forze e tempo nello sport, soprattutto non controlla mai il temperamento nervoso, non si costringe mai alla calma, quando ha bisogno di movimento, o non gli appartengono mai, se gli altri erano prolissi, le simpatie e le antipatie malsane velate o filtrate. Piuttosto che lui stesso gli altri si arrabbiano; crepano, se ne vanno, quando diventano noiosi [130].

Il termine di riscontro per l'“uomo di mondo” e il “gentleman” (p. es. Bruno Dechamps [652]) è il “galantuomo”, che lo abbiamo trovato sopra nella personificazione dei membri tedeschi dell'élite; ma “probi” lo sono anche Simone de Beauvoir o l'amburghese che vuole condividere il Jackpot del lotto con il “democratismo sociale dello spirito tedesco” (Max Scheler) [548]; alla serata per soli uomini si rinnovano “le verità, sulle quali ci si fa sentire [...] sempre galanti” [621]. Tuttavia la critica viene sempre evitata e il gruppo dei destinatari viene conciliato all'eleganza con la loro carenza: “In fondo al loro cuore i tedeschi sanno che vanno avanti con i loro gentiluomini più velocemente dei gentlemen e degli enarques” [675]. – “Ma è indubbiamente notevole che i tedeschi siano notevolmente migliori e pieni di successo nei campi in cui hanno ancora ambizioni” [87].

Peggio di quando i gentiluomini sono i piccolo borghesi e i filistei, dalla cui pretesa per fortuna ci si distingue, p. es. con la socievolezza accurata; “lontano da Bonn c'è un salotto politico. L'amico Bela invita in successione ordinata alla conversazione, che dai filistei sarebbe chiamata «libera»” [573]. I segni distintivi delle abitudini elitarie presuppongono proprio (p. es. Sylt-Insidertum, elasticità, partecipazione alla vita spirituale):

(19) In che cosa si riconoscono i filistei. Non si siedono mai al tavolo fisso, ma si salutano attraverso le conigliette di playboy sui portelloni o sui manifesti, per essere

stati già una volta sul Sylt e quindi liberi. Vignette del cavolo e storcere il naso sulle serie d'intrattenimento in televisione dimostrano che loro partecipano alla vita spirituale [114].

Anche gli artisti, soprattutto i “critici”, non possono essere esclusi dalla critica: “Gli appartamenti dei grandi musicisti e degli scrittori, vere grotte piccolo borghesi” [104]. Ciò viene lamentato in una citazione di Karl Gerstner, “... la società e gli artisti si sono trovati così bene alla base delle regole democratiche del gioco come in nessun'altra relazione” [279], viene ancora concretizzato e limitato ai rapporti tedeschi:

(20) Gli scrittori e gli artisti stanno bene come critici della società, ma prendono appena parte alla società nel senso quotidiano. In tutti gli altri paesi si possono vedere con i supposti motivi artisti, scrittori, eruditi della terra, come si spiegano con le altre élite con la dignità o la gentilezza, come le civette o i boulevardier. Non da noi: non possono abbandonare la cucina, il luogo di lavoro, che significa il luogo dal quale possono raggiungere il mondo.

D'altronde anche i social-democratici “non sono sociali” (da una festa “privata” della Springer-Verlag (!)), che appaiono sempre come lavoratori, e professori tedeschi:

(21) Con una festa benestante di compleanno, che la Springer-Verlag diede per Belino, avvenne che nella società nessun socialdemocratico si fece più avanti; certamente ce n'erano alcuni ma sicuramente non di questo mondo “fuori mano come maglierista a catena” [...] [402]

(22) Un professore universitario tedesco ha un contratto di risparmio immobiliare, ma non ha alcuna marsina. Altrove è al contrario.

Si perora ironicamente la riduzione del gusto dei borghesucci: “Atrocità quotidiane, portatore di ragazzini, stanza umida, sandalati. – Piattino sottobicchiere, rivestimenti delle pellicce d’agnello, camicie di rete” [863]. Un’escursione nel suo mondo riesce a un’iniziativa esotica per “uno come noi”:

(23) Al supermercato. Devo prendere il carrello, attraversare una fila di scaffali sui quali è accumulato cibo per animali, poi segue una fila di gruppi no-food, per i quali non è pensata l’offerta delle vivande per uno come noi, ma attrezzature domestiche, carta igienica, riviste e prodotti tessili completamente sconosciuti come quelli del riciclaggio della Caritas; infine mi trovo di fronte a grandi scaffali con i generi alimentari e voglio scegliere con il biglietto della spesa. Senza le casalinghe materne e gentili che generosamente offrono sempre aiuto all’uomo celibe sarebbe durato di più, ma in questo modo il carrello va avanti veloce, passando per l’esposizione della scelta più abbondante – un tipo di joghurt, ogni volta uguale trecento volte. Va talmente veloce come con l’aiuto del personale nel commercio al dettaglio fino alla cassa, dove una fila lenta avanza e, infine, dopo aver pagato, sono costretto a mettere in una busta di plastica gli oggetti acquistati in massima fretta, questo è molto spiacevole, e più devastante dei grossi sacchetti di carta degli americani. La totalità è durata più a lungo di un acquisto fuori moda che non era economico poiché faccio sparire le sciocchezze. – Un’esperienza che non suscita ripetizione. Prossimamente di nuovo da Holtmann o da Walterscheidt.

La distanza diventa qui più intensa, dove si riferisce al corporeo, è difficile da controllare o appena mette a nudo una natura correggibile, che viene estetizzata; il giusto aspetto non può essere così facilmente acquisito. Nell’ambito estetico le regole sono una cosa di grande sensibilità. Le persone poco colte e quelle rozze non sono solo incolte, hanno a questo punto una macchia estetica, che può apparire socialmente spiacevole:

(24) La stagione del viaggio, dove il prossimo muove a una corporalità più disinvolta, svela che il tipo d'uomo orangutango si trova ad avanzare anche da noi – il collo grosso come la testa, andatura pesantemente fastidiosa sulle piante del piede grasse e sensibili, i capelli appiattiti, certo sul biondo, lo sguardo che giubila della propria esistenza, un tipo inoffensivo e innocente, il ritorno alla natura, alla tana; ma alla base le persone possono [31].

(25) Le voci non modulate dei rozzi [579].

Di fronte a certi “orrori” nascono i giudizi sull'apartheid, che superano la presunzione sociale:

(26) [...] Se viene ancora ridotto l'orario lavorativo settimanale, si deve collegare la riduzione alla condizione che segnala i favoriti almeno per passare la metà del tempo nei parchi di divertimento come Disneyworld, Phantasialand, Mirapolis fuori mano dal mondo del lavoro socialmente innocuo [463].

5. Risultato finale.

I presenti testi si possono leggere come coniazioni di uno stile sociale e contemporaneamente come materiale d'esercizio e d'esame nascosto e frammentario per la propria acquisizione, come espressione e costruzione simbolica di una classe di distinzione. In questo trova il suo senso stilistico. Caratterizzano abbastanza dettagliatamente ciò che con Bourdieu è incluso nel significato di “habitus”: esso unisce come anello di congiunzione “da una parte la posizione di classe socio-economica con le pratiche sociali, dall'altra la spiegazione del senso culturale, la costruzione simbolica, la concezione del mondo” (Wehler 1998, 30). Gli elementi linguistici (mezzi stilistici, categorie stilistiche pragmatiche) del testo come parti di questo

habitus dovrebbero essere ordinati in modo ancora più forte e descritti come metodi tipici delle coniazioni di un determinato habitus. In primo luogo dovrebbero essere difesi per esaminare più precisamente i fenomeni dello “stile elevato” nella loro funzione di contrassegni degli stili sociali.

Bourdieu espone – e così Müller (1986, 170) – come sia avviato “un processo continuo di classificazione e di distinzione” tra le condizioni delle società moderne con le loro strutture pluralistiche, relativamente permeabili e ugualmente orientate, questo processo ottiene una funzione importante per l’organizzazione della vita, prima di tutto davanti alle libertà individuali e in ascesa:

Questa dimensione estrema verso la libertà di movimento e di organizzazione ha come conseguenza ampliamento dei modi di vita una volta corporativi congelati al mercato dei molteplici stili di vita. Questo mercato soccombe alla legge della moda assieme ai suoi principi di uniformare e differenziare e conosce solo una misura di accumulazione, l’appropriazione differenziale del premio di prestigio sull’esercizio “giusto” di uno stile di vita “adeguato” in modo passeggero (Müller 1986, 170).

In primo luogo Gross intraprende con questo una posizione sottilmente accordata alla singola persona nel grado più alto del giornalismo, come “pubblicista”, come intellettuale di diritto non convenzionale. Il suo “capitale culturale” si trova da una parte nella sua origine dalla casa paterna protestante con principi conservativi saldi, dall’altra in una formazione e coniazione ansiosa del gusto, mondano e liberale, che si può comportare in modo indipendente e distante, poiché l’appartenere all’élite non deve più manifestarsi in modo zelante. La stilizzazione si può concentrare interamente sull’acquisizione del prestigio supplementare con ulteriori sfumature.

Con la posizione acquisita e il potere linguistico e considerevole si può profilare per il suo gruppo di bersaglio, il mondo finanziario ed economico

conservativo ed elevato con la pretesa culturale, come modello di stile. È il suo censore e giudice del gusto che può percepire e classificare sismograficamente i cambiamenti, e come tale prima può operare registri di convenienza in un canone ristretto, dare guide, ma poi nella forma opportuna di un caleidoscopio aperto e flessibile, che opera senza farsi notare divertendo e formando. Ciò è inteso dai giornali di lifestyle con le liste “in-and-out” per le classi così chiamate da Bourdieu dei “nuovi borghesi” dei “test-maker” nell’ambito organizzativo del tempo libero, dei vestiti, del cibo e dell’abitazione, Gross lo rende (vicino alla stessa rivista pubblicata “Proust-Fragebogen” la persona eminente) per l’élite monetaria conservativa e culturalmente ambiziosa che pagherebbe volentieri per questo. Altri testi paragonabili (p. es. le colonne di Elke Heidenreich in “Brigitte”, Harry Rowohlt in “Zeit” o Wiglaf Droste in “taz”) dovrebbero portare contrastivamente a un concetto di habitus di altri gruppi sociali.

Come lo strato superiore con il lavoro di delimitazione rimane in movimento e provvede all’evoluzione linguistica, nell’ultimo secolo Georg von der Gabelentz ha già descritto molto chiaramente (riferimento a Dittmar 1997, 63):

[...] una nuova molla motrice: il bisogno della classe elevata di avere davanti a quelle inferiori qualcosa di fronte. E questo bisogno produrrà ovunque, dove qualcosa come un sentimento aristocratico è presente. Già nelle strette unioni della casta la lingua non deve proprio mai accettare una propria coniazione. Ma anche senza di questo è naturale che si voglia mostrare superiore anche nel discorso, altrimenti si crede superiore a questo. Così i nostri avanzamenti straniano il vostro tedesco. Così annunciamo ancora oggi sicuri modi di dire, che noi siamo abituati ad ascoltare dalle persone in camice, in parte cortesi modi di dire di una migliore origine; i nostri nonni li hanno usati, ma i loro servitori li hanno sciupati a forza di impararli, e adesso li abbiamo guastati noi. Si dice allora: “La parola ha un punto nella piccola borghesia, ça sent le petit bourgeois”, e gli ignoranti sono qui come sempre nel modo più sfavorevole. Da quando i tempi degli ordini

degli abiti sono passati, non impedisce più alle persone scarse di imitare l'esecuzione. Non possono solo seguirli, poi una volta di cosa si sono sporcati, ciò vale nelle cerchie superiori per ritirarli dalla circolazione" (prima di Gabelentz 1901, 249s.).

Ulrich Püschel

**Lo scrittore di romanzi d'appendice come fannullone.
Dalla protostoria del feuilleton come forma breve.**

1. Prefazione.

In questo articolo sono stati di fatto paragonati stilisticamente l'uno con l'altro due testi, uno dell'anno 1810 e l'altro dell'anno 1865. La loro comparazione si basa per la prima volta sulla somiglianza mediale, sono entrambi scritti e pubblicati proprio per il giornale, il primo nei "Beliner Abendblätter", l'altro nella "Presse" di Vienna; inoltre, in entrambi i casi, gli autori sono letterati, infatti sono il drammaturgo e prosatore Heinrich von Kleist e lo scrittore di romanzi d'appendice di rango Daniel Spitzer¹. La comparazione interna o l'affinità familiare che c'è tra i due testi, viene proposta dall'esempio di testo. Entrambi sono, infatti, preparati secondo l'esempio di testo letterario-giornalistico del "feuilleton" che viene anche contrassegnato come "forma breve" o "prosa breve"². Tuttavia, questa attribuzione ha una difficoltà: mentre per i testi di Spitzer non si hanno assolutamente problemi, per quelli di Kleist rimane una semplice affermazione che ha un gran bisogno di essere sostenuta. Ma più precisamente tale esigenza mi ha portato al punto di rinunciare a un

¹ Entrambi i testi sono riprodotti in appendice.

² Con il *feuilleton* viene designata da un lato una parte di giornale, dall'altro un esempio di testo giornalistico; cfr. Püschel 1997.

confronto stilistico e sistematico e guardare ai testi solo nel caso di un paragone.

Il problema di coordinazione affrontato risulta da una lacuna storica dell'esempio del testo di sapere. Sicuramente deve, secondo una concezione molto estesa dell'esempio di testo "feuilleton", la sua formidabile ascesa alla rivoluzione del marzo 1848, ma allo stesso tempo viene disposto che abbia premesse più grandi; e proprio perché questo è passato, è poco conosciuto³. Vorrei mostrare solo più avanti che si tratta, per quanto riguarda il testo di Kleist, di un primo esempio di feuilleton, che certamente non era ancora così ben rifinito come quello del maestro viennese nella seconda metà del secolo ma ciò nonostante mostra alcuni tratti essenziali.

2. Il punto di partenza: il problema con il testo.

L'1 ottobre 1810 appare il primo numero dei "Berliner Abendblätter" pubblicati da Heinrich von Kleist, redatti e in parte scritti da lui stesso. Essi vengono inaugurati con la "Gebet des Zoroaster", l'editoriale in cui Kleist espone le sue intenzioni pubblicistiche. A questo inizio segue come secondo pezzo il "Fragment eines Schreibens aus Paris", che trova nella seconda edizione la continuazione e la risoluzione. Si tratta, con questo articolo, di una "falsa corrispondenza"⁴, cioè di un articolo che simula la vera origine da Parigi, ma in realtà fu scritto da Kleist.

³ L'attività esatta della pubblicistica con il feuilleton esamina prima di tutto la forma della rubrica e tratta marginalmente l'eventuale esempio di testo. L'attività esatta della letteratura in questo campo sceglie dei rappresentanti singoli e importanti e tratta i loro feuilleton come testi letterari, per lo più completamente distaccati dal loro contesto giornalistico. Oltre a ciò il discorso è ancora sullo stile del feuilleton, del quale è proprio come un ramo, ma può anche comparire in ogni altro campo.

⁴ "Le false corrispondenze" sono un mezzo giornalistico usato nel XIX secolo con le quali i giornali cercavano di celare ai loro lettori che non si potevano permettere dei corrispondenti da un determinato luogo. Un importante scrittore di questa "falsa corrispondenza" fu Theodor Fontane, il quale tra il 1860 e il 1870 curò gli "articoli inglesi" della "Kreuz-Zeitung" e provengono da centinaia di questi articoli; cfr. Streiter-Buscher 1996.

Come i lettori e le lettrici dei “Berliner Abendblätter” avessero percepito questo articolo non lo sappiamo. Ciò che la ricerca di Kleist ha da dire in aggiunta a questo – in quanto si esprime soprattutto con questo – offre spiccati giudizi contraddittori. Così dice Michael Moering (1972, 194) su uno dei contributi più divertenti dei “Berliner Abendblätter” e accentua l’abilità di Kleist. Per Heinrich Aretz si tratta, invece, di un esempio di giornalismo fallito:

Dalla forma questo articolo presenta una posizione antiquata per comunicare le notizie e rinvia ancora chiaramente al suo contesto di comunicazione originario delle lettere private e non è propriamente adattato alla situazione giornalistica attraverso il rifacimento, e ha dissimulato la sua origine in modo che il lettore del giornale si confrontasse con un testo soggettivo quasi privato, che evidentemente originariamente non era destinato al giornale. [...] Originaria privatezza, composizione frammentaria, larghezza narrativa con scarsa importanza contenutistica, quasi una semplice casualità, segnalano in modo appena convincente un giornalismo che struttura e attualmente informa (Aretz 1984, 193).

Al cospetto di questa critica apertamente distruttiva si accetta la domanda, perché Kleist con le qualità di prosatore e di maestro anche nella forma più breve non spreca mai una parola, pubblica un testo chiaramente fallito e oltre a questo concede una posizione particolarmente insigne; si tratta pur sempre del primo contributo redazionale nel nuovo giornale stampato. Proprio questa posizione insigne porta Aretz a un’ulteriore replica fondamentale. Infatti, difende la tesi che Kleist marca con il “Frammento” un “quadro che toglie ogni illusione a un possibile giornalismo” in contrasto con l’editoriale (Aretz 1984, 195).

Entrambi i giudizi di Aretz sono contraddittori, ciò nonostante sono giudicati in modo veramente severo, e non rendono giustizia al mezzo di stampa del “giornale”. La controtesi poi afferma che da una parte il

“Frammento” è un esempio di un legittimo agire giornalistico, purché si ammetta solo al giornale di dover essere anche divertente. E dall’altra parte il “Frammento” appare poi solo come fallito, se si riesce a farne a meno nella misura di un giornalismo d’informazione orientato sui fatti.

3. Il giornale e il divertimento: i “Berliner Abendblätter”.

I “Berliner Abendblätter” erano una fondazione audace, che si imbatté nella concorrenza di due giornali affermati, la “Königlich privilegierten berlinischen Zeitung” o “Vossischen” e il “Berlinischen Nachrichten von Staats- und gelehrten Sachen” o “Spenerschen”. Kleist per questo ha escogitato qualcosa per poter sopravvivere economicamente a questa situazione. Così i “Berliner Abendblätter” gli sono capitati sotto mano per un evidente pezzo didattico per la tesi, che la concorrenza è un momento principale per i cambiamenti e gli sviluppi nella comunicazione giornalistica⁵. Sono da menzionare come innovazioni appariscenti con le sue conseguenze: la data d’apparizione alla sera presto tra le cinque e le sei fa dei “Berliner Abendblätter” il possibile primo giornale della sera della Germania; la vendita diretta per la strada fa diventare i “Berliner Abendblätter” il primo giornale venduto per strada; le strategie introdotte finalizzate ad attirare l’attenzione e il divertimento del lettore sono un passo verso il giornale scandalistico.

Una tesi diffuse sul mezzo pubblico “giornale” il concetto che fin dall’inizio esso ha la funzione di informare e di intrattenere (Püschel 1998). Il punto di vista del divertimento si trova già nel trattato sulla “Zeitungs Lust und Not” di Kaspar Stieler del 1695, nel cui titolo perfino la gioia

⁵ Nonostante questi siano rinnovamenti notevoli ed efficaci, i “Berliner Abendblätter”, che sono stati pubblicati dal 1 ottobre 1810 fino al 31 marzo 1811, costituiscono solo una nota a piè di pagina nella storia del giornale e non hanno avuto alcun effetto sul nuovo sviluppo del giornale. Tuttavia, non fallirono per il concetto giornalistico, ma per le condizioni politiche generali; cfr. Hofermeister-Hunger 1994, 233-245.

viene nominata prima del bisogno. Accanto al divertimento principale, che è un segno fondamentale del giornale, si trovano le strategie speciali, con le quali il lettore deve poter conversare in modo finalizzato. La storia di queste strategie non è ancora scritta, tuttavia hanno una reputazione più che mediocre. Più tardi dal sorgere della stampa d'informazione generale nel periodo della rivoluzione industriale tedesca vengono denominati come "feuilletonizzazioni" e "americanizzazioni", e con il sorgere dei giornali venduti per strada all'inizio del XX secolo poi vengono attestati con il marchio *Boulevard*. Tale tendenza al "Boulevard" la vediamo anche con i "Berliner Abendblätter", e si trova perfino una testimonianza che rovescia questa valutazione. Achim von Arnim riferisce, infatti, ai fratelli Grimm il 3 settembre 1810 del progetto pianificato:

Non ci si deve per niente impelagare temporaneamente sull'ammaestramento o sulla poesia, ma attirare con ogni sorta di divertimento il lettore nella trappola; le lettere ridicole e simili sono una trovata eccezionale (Sembdner 1964b, 285).

La strategia di Kleist per "attirare il lettore nella trappola", appare, quindi, notevolmente diversa da quella accennata da von Arnim. Il mezzo che salta immediatamente all'occhio, con il quale deve essere raggiunto il divertimento dei "Berliner Abendblätter", è una – in confronto al giornale tradizionale di allora – straordinaria moltitudine di temi, che offre una lettura svariata al lettore. Per questo si accompagna alla scelta degli argomenti e alla loro presentazione, quindi alla scelta dell'esempio di testo. In questo contesto in primo piano sono sempre presentate le notizie e le relazioni sui "Mordbrennerbande", che furono un enorme magnete per il pubblico. Tuttavia, oltre che con notizie sensazionali e terribili diffuse anche sotto forma di fogli extra, Kleist voleva anche intrattenere il suo lettore con storie, testi di feuilleton, aneddoti, quiz o con notizie d'attualità e i reportage. Così nella prima edizione dei "Berliner Abendblätter" accanto

agli “eventi quotidiani” e ai rapporti di polizia troviamo riflessioni su domande a carattere politico-culturale e le critiche teatrali⁶. Se parliamo di strategie di intrattenimento kleistiane, vi appartengono anche le notizie leggere (soft news), però non ci sono volgarità e banalità, che vengono collegate all’insulto di “boulevardizzazione”.

Una parte costitutiva del programma giornalistico di Kleist è di formare i “Berliner Abendblätter” divertendo⁷. In quanto a ciò non si esclude in nessun modo la seria faccenda giornalistica, come viene trattata nella “Gebet des Zoroaster”, e il divertimento, come viene professato nel “Frammento” immediatamente successivo. Solo chi si orienta verso la stilizzazione del giornale “Zur Hohen Priesterin” dell’agenzia d’informazione, può disconoscere il valore del divertimento del “Frammento”. Inoltre, i propositi d’intrattenimento, che si sono uniti al “Frammento”, non sono in alcun modo nati da un bisogno giornalistico, per poter o voler mostrare una “figura che toglie ogni illusione al possibile giornalismo”.

4. L’esempio di testo “Feuilleton”: l’arbitrio valutato.

Indiscutibilmente la coerenza del “Frammento” non ha molto valore. Seguono subito i provvedimenti pubblicitari degli albergatori parigini, dei commercianti e soprattutto dei “Caffetier” sulla visita dei cantieri parigini sotto Napoleone, mentre per le offerte assurde degli studiosi comunque con il jolly della coerenza si sconfisse un ponte *che rimase ancora divertente*. In ogni modo, questo testo non ha bisogno, come un pezzo di prosa mancato,

⁶ Invece, ciò che manca sono le notizie politiche e quelle che riempiono i giornali contemporanei. Ne risulta che Kleist offrì anche tematicamente un programma di contrasto ai giornali stabili di Berlino.

⁷ Il valore del divertimento dei “Berliner Abendblätter” non è facilmente separabile dalla sua funzione promozionale, ma risulta abbastanza chiaro anche dal concetto di Kleist di un giornale “moderno”. Come sembra esattamente questa idea bisogna ancora analizzarla.

di un prosatore esemplare per essere letto, come un insieme appena sufficiente dei materiali più disparati. Esso riflette piuttosto una qualità fondamentale dell'esempio di testo "Feuilleton".

Il feuilleton come piccola forma è una "forma artistica ibrida" (Spiel 1966, 134), che è definita in modo determinante con la materia selezionata e il suo svolgimento. Linguisticamente parlando questo significa che l'esempio di testo possiede diverse varietà. Una sua varietà essenziale contrassegna la tecnica di ordinare una molteplicità di temi l'uno con l'altro come perle su un cordino. Questi temi si possono trovare totalmente concatenati, ma in nessun caso lo devono rendere molteplice. Basta piuttosto collegarli insieme al feuilletonist in modo associativo. Werner Rahmenlow (1936, 18) ha espresso questo stato di cose nella frase: "Il capriccio è il principio degli scrittori d'appendice" – un reperto che Rahmelow deduce dalle "Lettere da Berlino", che Kleist scrisse per il "Kunst- und Wissenschaftsblatt" del "Rheinisch- Westfälischen Anzeigers" ad Hamm.

Heine stesso attribuì chiaramente a queste "Lettere" poco valore (cfr. Hermand 1973, 370), ma certamente hanno grande interesse per la nostra relazione come p. es. le loro corrispondenti più famose da Parigi per l'"Allgemeine Zeitung", nelle "Lettere" si esprime chiaramente sulla professione dello scrivere. Così si dice p. es. per la scelta dei temi:

Non desiderate da me solo la sistematicità; questa non è un angelo sterminatore di tutta la corrispondenza. Oggi parlerò di festa da ballo e di chiesa, domani di Savigny e di buffonerie [...], dopodomani della Galleria Giustiniana, e poi di nuovo di Savigny e di buffonerie. L'associazione d'idee deve sempre essere preselezionata (Heine 1822/1973, 9).

L'associazione d'idee – questo è ciò da cui gli scrittori d'appendice si lasciano condurre, ma non è il solo principio, poi l'arbitrio associativo ha

anche un rovescio della medaglia: è stato calcolato paradossalmente. Il calcolo per Heine consiste in ciò che lui prima bandisce dalla materia e invece il lettore normalmente trova nel giornale:

Non mancano le notizie, e l'unico compito è: che cosa non devo scrivere? Cioè, che cosa sa il pubblico già da tempo, che cos'è allo stesso del tutto indifferente, e cosa non deve sapere? E poi il compito è: molto da scrivere, così poco per il teatro e materie affini, che nei giornali della sera, in quelli del mattino, nei "Wiener Conversationsblatte", ecc. sono di solito la leva della corrispondenza, e là trovano la loro rappresentazione dettagliata e sistematica (Heine 1822/1973, 9).

Ma poi si orienta esplicitamente su ciò che interessa il lettore, come sente probabilmente di divertirsi. Certamente gli interessi dei diversi gruppi di lettori non corrispondono assolutamente a un motivo supplementare per la molteplicità tematica che porta al motto "chi porta molto, porterà qualcosa a qualcuno".

Ciò interessa mentre racconto: recentemente Igor ha incrementato il numero delle invenzioni geniali con il suo uovo al tartufo; agli altri interessa la notizia che Spontini ha indossato per l'ultima festa dell'ordine gonna e pantaloni di velluto verde con stelline dorate [ibidem].

I principi di Heine messi in gioco per scegliere i temi si possono attribuire anche a Kleist, quando ha raccolto cercando qua e là la sua materia per il "Frammento"⁸. Kleist ha raggruppato i temi per il lettore, che si interessa della sfera privata del Grande di questo mondo⁹, trova diletto per gli usi e i costumi sconosciuti, forse perfino esoticamente

⁸ Come fonti possibili di Kleist Sembdner (1964a, 220) chiama un annuncio dalla "Miscellanea per le notizie più nuove dal mondo" del 12 settembre 1810 e i comunicati privati di Karl August Varnhagen von Ense, che soggiornava a Parigi nel 1810: Moering 1972, 196 cita a ancora le "Memorie da Parigi" (1810) di August Kotzebue.

⁹ Un bagliore della Yellow Press non è da ignorare.

impressionanti e giudica lo scurrile e l'assurdo, soprattutto quando questo è provvisto di una stoccata sui propri connazionali. Ciò che unisce i temi è l'unità dei luoghi, il valore dell'intrattenimento e soprattutto il fatto che non sono "le leve comuni" della corrispondenza. Lo stesso vale per gli incontri dei giornalisti che gironzolano per Parigi con Napoleone, la cui fonte probabile è la seguente notizia giornalistica:

Il 4 di settembre, di mattina presto tra le 5 e le 6, l'imperatore andò a cavallo senza seguito per Parigi per vedere le colonne di Platz Vendôme. Sua Maestà osservò anche i lavori che si cominciavano nella Magdalenen-Platze ("Miscellanea per le più nuove notizie dal mondo" del 12 settembre 1810 citata da Sembdner 1964a, 220).

Questo testo è limitato interamente nella tipica maniera dell'annuncio alla risposta delle domande con il *w* *wer* (Napoleone), *was* (ispezionare le colonne e gli altri lavori), *wann* (il 4 settembre di mattino presto), *wo* (a Parigi) e *wie* (a cavallo e senza seguito). Nel suo lavoro Kleist lo esonera tuttavia dall'aria secca come polvere della corrispondenza farne un'esperienza personale – il mezzo della personalizzazione produttiva. Così il lettore apprende come deve essere eccitante passeggiare alla mattina presto per Parigi, e la persona dell'imperatore addirittura viene spinta da lui in una vicinanza tangibile.

Non solo Kleist, ma anche Daniel Spitzer ha rispettato i principi kleistiani come testimonia il testo di confronto¹⁰. Anche per Spitzer è caratteristica "la moltitudine di temi, che vengono toccati in un feuilleton" (Nöllke 1994, 112). Nell'esempio scelto si vede la prassi del feuilleton, che collega le cose più disparate già nel titolo: *La tassa sui cani, il ministro prussiano, le audaci rappresentazioni teatrali*. Anche se non si può vedere assolutamente nel sommario, il lettore può capire che si tratta di una lettura molto varia. Complessivamente abbiamo a che fare con cinque temi

¹⁰ Si tratta del primo feuilleton che è uscito il 25 giugno 1865 sulla "Presse".

differenti che Spitzer collega con apparente coerenza alle formulazioni d'istituzione. Così passa dall'introduzione sulla tassa sui cani alla villania ammessa dalla buona società con *Dunque non parliamo più di cani*; la prossima cerniera con la quale si combina la congiunzione per la confessione del consigliere comunale Klayhonz per la cultura tedesca, suona *E proprio ora, dove*: il capitolo sulle conquiste della cantante Gallmeyer viene introdotta con *Se appartenesse anche alle ultime conquiste*; con avere da ridire viene infine attribuito all'ultimo tema il divieto di una rappresentazione teatrale¹¹.

5. La passeggiata e il testo: una struttura di somiglianza.

Nel 1784 Karl Philipp Moritz scrive nel suo “Ideale di un giornale perfetto”, che il giornale ideale deve essere pubblicato in una grande città,

Dove al potere per la quantità di persone si ha anche la grande quantità di caratteri, attività, e relazioni; ed è il luogo dove si ha un'affluenza continua di curiosità [...] (Moritz 1784/1997, 865).

E sul giornalista esprime, che dovrebbe “guardare con un occhio tanto adatto al potere” (ibidem). Lo scrittore di romanzi d'appendice, così come lo incontriamo negli esempi scelti, è un giornalista dotato in senso letterario o un letterato dotato in senso giornalistico, che si muove nella grande città – potrebbe essere Parigi, Berlino o Vienna¹² – e fa un resoconto ai suoi lettori di ciò che lo ha colpito per le stranezze – anche quando offre al pubblico una corrispondenza non veritiera come fa Kleist. A differenza del

¹¹ Anche quando si parla sempre del lato dilettevole del feuilleton non significa che esso sia in linea di massima innocente e piacevole. Può essere allo stesso tempo politicamente e criticamente buono, come lo ha mostrato Nölke nel 1994 in modo esemplare per Daniel Spitzer.

¹² Ciò vale senza dubbio per Parigi, ma anche per Vienna e forse perfino per Berlino (cfr. Sadowsky 1998).

giornalista, che strada facendo è finalizzato alla ricerca degli eventi con il valore della notizia, lo scrittore di romanzi d'appendice è un bighellone, che senza fretta e senza meta gironzola per la città e con questo percepisce alcune cose, per le quali il giornalista di notizie non ha occhio e non può nemmeno averlo. Questo scrittore di romanzi d'appendice si presenta perfino in carne e ossa a Kleist:

Quando la maestà dell'imperatore il quattro alle sette di mattina andò a Parigi per vedere il monumento in Piazza Vendôme successe che mentre praticavo le solite passeggiate attraverso la città al mattino presto per divertirmi e per dare un'informazione ci siamo incontrati proprio in questa piazza ("Berliner Abendblätter numero 1 del 1 ottobre 1810).

Secondo questo schema Kleist avrebbe potuto raccogliere ancora molti "frammenti" e pubblicarli nei "Berliner Abendblätter". Tuttavia l'incursione in una grande città non è una singola incidenza. Così ci sono anche le "lettere da Berlino" di Heine come passeggiate, quando lui invita i suoi lettori ad accompagnarlo nella sua passeggiata per la città¹³:

Un'altra volta risponderò a questa domanda; ma adesso voglio correre per la città, e vi prego di farmi compagnia. Seguitemi solo per un paio di passi e sarete già in un posto molto interessante (Heine 1822/1973, 10).

¹³ Una volta l'origine del tipo di testo "feuilleton" veniva esaminata in modo più preciso, l'analisi non poteva rimanere limitata al giornale, ma doveva anche includere i racconti. Ciò non dipende solo dal fatto che molti scrittori di romanzi d'appendice sono stati attivi sia in letteratura che in pubblicistica, ma anche dal fatto che la passeggiata attraverso la città ha una propria tradizione letteraria che è cominciata nel tardo XVIII secolo con Angelika Wellman e con Louis-Sébastien Merciers con i "Tableau de Paris" (1782-1788) e in esso ne vengono elencati poi i "Schilderunen von Paris" di Ludwig Börne, i "Wiener Spaziergänge" di Daniel Spitzer, "Paris bei Sonnenschein un Regen" di Julius Rodenberg, "Spazieren in Berlin" di Franz Hessel e "Berliner Chronik" di Walter Benjamin (Wellmann 1991, 132).

Naturalmente lo scrittore di romanzi d'appendice che gironzola non è assolutamente da prendere alla lettera, poiché può intraprendere anche nella sua testa le passeggiate che riporta sulla carta per i suoi lettori. Così lo fanno Daniel Spitzer e con lui molti altri. Spitzer si presenta nel suo feuilleton non come passeggiatore, ma in compenso ha dato alle edizioni editoriali il suo feuilleton raccolto sotto titolo di "Wiener Spaziergänge"¹⁴. Se ora lo stesso scrittore di romanzi d'appendice si comporta nel suo testo come girandolone o se utilizza la passeggiata solo come figura di composizione associativa dei temi, con i quali il tipo di testo non cambia nulla. Con questo non cambia neppure la struttura della somiglianza (Sandig 1986, 105s.) tra il metodo giornalistico, per trovare gironzolando qui e là un tema, e il metodo testuale per associare i temi trovati in tutta la loro incoerenza a un'interesse testuale.

6. Appunti postumi.

Dovrebbe sembrare un po' impertinente se lo scrittore di romanzi d'appendice – o almeno un determinato tipo di scrittori di romanzi d'appendice – viene indicato facilmente come fannullone, poiché ozioso almeno nell'ambito letterario è un termine tecnico. Con il significato di "ozioso" colleghiamo quasi inevitabilmente il nome a Walter Benjamin, che voleva provare, con la sua opera di passaggio, una teoria della modernità estetica e sociale. Un ruolo centrale lo ha per questo concetto il fannullone.

¹⁴ Tra il 1869 e il 1886 Spitzer ha pubblicato sei volumi con una selezione dal suo feuilleton. L'esempio qui trattato non vi è incluso. – La varietà del feuilleton, che simula la passeggiata nella testa dello scrittore di romanzi d'appendice, si distingue secondo Ernst Meunier e Hans Jessen (1931, 85) per una particolarità degli oggetti trattati, quindi gli scrittori "scelgono le materie dalle colorate attività della vita, l'erudizione ignora sbadatamente". Inoltre sembra avere addirittura sviluppato per un sottomodello autonomo un nome proprio: "Prima di tutto sono da nominare le 'passeggiate'. In esse viene aspirato a una sociologia degli strati sociali, un modo di tradizioni popolari" (ibidem). Come rappresentanti vengono chiamati specialmente Ernst Kossak, Hieronymus Lorm e last but not least Daneil Spitzer.

Se e come lo scrittore di romanzi d'appendice si trovi come sfaccendato giornalistico in relazione di parentela con il fannullone di Benjamin, è una domanda che supera di gran lunga l'interesse per la storia delle origini di un modello di testo giornalistico. Ma bisogna sempre verificare che il giornalista come fannullone divide due qualità con quello di Benjamin: da una parte si muove a piedi, e certamente senza direzione e senza meta; dall'altra la "grande città" costituisce lo spazio attraverso il quale vaga. Accanto a questa comunanza piuttosto apparente c'è un altro punto d'inizio: il giornalista ozioso non è un collezionista di notizie orientato sui fatti, ma un letterato – un nesso che si trova anche in Benjamin:

La base sociale del bighellonare è il giornalismo. Come il fannullone, il letterato si espone sul mercato per vendersi (Benjamin 1983, 559).

Il frutto di quest'unione tra il giornalista e il letterato – così pare – è lo scrittore di romanzi d'appendice.

Appendice.

Heinrich von Kleist: frammento di uno scritto da Parigi. Nei "Berliner Abendblätter" numero 1 e 2 del 1 e 2 ottobre 1810.

Frammento di uno scritto da Parigi.

Den 6ten September.

Als des Kaisers Maj. den 4ten d. 7 Uhr Morgens nach Paris kam, um das Monument auf dem Platz Vendôme zu besehen, traf sich's, daß mich die Wanderungen, die ich bei Tagesanbruch gewöhnlich, um mich zu belustigen und zu unterrichten, durch die Stadt zu machen pflege, gerade auch auf diesen Platz geführt hatten. Der Monarch, der so nahe an mir vorbeiritt, daß ich den Hut vor ihm rücken konnte, sieht wohl und heiter aus; obschon, wie mehrere bemerkt haben wollen, nicht mehr ganz so stark und wohlbeleibt, als im Frühjahr. Derselbe hat auch noch, an diesem Morgen, mehrere andere Monumente und öffentliche Arbeiten, die ihrer Vollendung nahe sind, in Augenschein genommen; besonders hierunter sind die in der Rue Seine und am Hôtel Dieu, wo eine große Anzahl von Häusern demoliert wird, merkwürdig; und ich werde vielleicht in einem nächsten Briefe, Gelegenheit haben, Dich näher davon zu unterrichten.

Wenn man in den Straßen von Paris, den Verkehrt, den Kaufleute, Handwerker, Schenkwirthe, u.s.w. treiben beobachtet: so zeigt sich ein Charakter an demselben; der, auf die sonderbarste Weise, absticht gegen den Charakter unsers einfältigen deutschen Verkehrs. Zuvörderst muß man wissen, daß der Kaufmann nicht wie bei uns eine Probe seiner Waare zur Schau stellt: die Waare selbst, das Beste und Kostbarste, was er besitzt, wird an Riegeln und Haken, auf Tischen, Stühlen und Bänken, auf die wohlgefälligste und rühmredigste Weise, ausgebreitet. Aushängeschilder, die von beiden Seiten in die Straße hineinragen, geben, in langen Tarifen,

zudringliche und schmeichlerische Auskunft über die Wohlfeilhaft sowohl, als über die Vortrefflichkeit der Waaren; und bei der unüberwindlichen Anlage der Nation, sich dadurch täuschen zu lassen, ist nichts lustiger, als das Spiel zu sehen, das getrieben wird, um sich damit zu überbieten. In der That, man glaubt auf einem Theater zu sein, auf welchem, von höherer Hand gedichtet, ein satyrisches Stück, das den Charakter der Nation schildert, aufgeführt wird: so zweckmäßig, ich möchte sagen, schalkhaft und durchtrieben, sind die Züge, aus denen er, in allen Umrissen, klar wird, zusammengestellt und zur Anschauung gebracht. Der Caffetier zum Beispiel, der am Eingang einer Straße wohnt, affichirt vielleicht, auf einfache Weise, mit ihren Preisen an; er hat den Vortheil, er ist der Erste. Der Zweite, um ihm den Rang abzulaufen, fügt schon überall bei der Enumeration seiner Lekkereien hinzu: *du plus exquis; de la meilleure qualité; und: le tout au plus modique prix*; sein Brett ist bunt gefärbt, es sei nun gelb, roth oder blau, und er schiebt es, um die Aufmerksamkeit damit zu fangen, noch tiefer in die Straße hinein. Der Dritte schreibt: *Caffé des Connoisseurs, oder Caffé des Turcs*; er hilft sich noch, indem er sein Schild, um noch einen oder zwei Fuß tiefer in die Straße reckt; und seine Lettern, auf schwarzem oder weißem Grunde, sind, auf sonderbare und bizarre Weise, bunt gefärbt in sich. Des Vierten Lage scheint verzweifelt; gleichwohl durch die Verzweiflung selbst witzig gemacht, überbietet er noch alle seine Vorgänger. *Caffé au non plus ultra*, schreibt er; seine Lettern sind von Mannsgröße, dergestalt, daß sie in der Nähe gar nicht gelesen werden können; und sein Schield, das den ganzen Regenbogen spielt, ragt bis auf die Mitte der Straße hinaus. Aber, was soll der Fünfte machen? Hoffnungslos, durch Charlatanerie, Selbstlob und Übertreibung etwas auszurichten, fällt er in die Ureinfaelt der ersten Patriarchen zurück. *Caffé*, schreibt er, mit ganz gewöhnlichen (niedergeschlagenen) Lettern, und darunter: *Entrés et puis jugés*.

(Die Fortsetzung folgt).

Frammento di uno scritto da Parigi.

(Beschluß).

So affichirte bei Gelegenheit der Vermählungsfeierlichkeiten, der Gastwirth von Chantilly folgendes Blatt: Comme les plaisirs du (15. Avril) rendront un délassement nécessaire, l'hôte du hameau de Chantilly s'offre ... & Man sollte also, wenn man von Vergnügen übersättigt war, bei ihm das Vergnügen haben, keins zu genießen.

Aber noch spaßhafter sind die Ankündigungen von Gelehrten, Künstlern und Buchhändlern. Am Louvre fand ich letzthin eine Mathematik in zwölf Gesängen angekündigt. Der Verfasser hatte die algebraischen Formeln und Gleichungen gereimt; als z.B.:

Donc le quarré de cinq est égal, à la fois,

A la somme de ceux de quatre et de trois.

Ein Anderer, Namens François Renard &. kündigte für Fremde, die, in kurzer Zeit, die französische Sprache zu erlernen wünschten, eine Grammarik in Form eines Panoramas an. Die inneren Wände nämlich dieser Grammatik (die Concavität) waren überall, von oben bis unten, mit Regeln beschrieben; und da man demnach außer einem kleinen Luftloch, nichts sah, als Syntax und Prosodie, so rühmte er von ihr, daß wer drei Tage und drei Nächte, bei mäßiger Kost, darin, zubrächte, am vierten Tage die Sprache, soviel als er zur Nothdurft braucht, inne hätte. – Ich zweifle nicht, daß er Deutsche gefunden hat, die ihn besucht haben.

Daniel Spitzer: Hundesteuer, preußische Minister und gewagte Theateraufführungen. In: Daniel Spitzer: Wiener Spaziergänge: Band 1. Hg. von Walter Obermaier. 1986, 11-13.

Die Hundesteuer, preußische Minister und gewagte Theateraufführungen.

Wenn die Hundesteuer wirklich durchgeführt werden sollte, und der Hund daher zu einem Symbol der Steuerkraft wird, muß die gegenwärtig noch vorkommende Speices: Hunde-Existenz naturgemäß verschwinden, oder es wird durch diesen Ausdruck der Zustand ökonomischer Behäbigkeit bezeichnet werden. Man wird vielleicht nach russischer Analogie bei uns die sociale Stellung von der Menge von Hundeseelen, über welche man verfügt, abhängig machen, und wenn jemand erzählt: Ich bin auf den Hund gekommen, dürfte ihm leicht die Antwort werden: Ah, da gratulire ich, - bei Ihren glänzenden Anlagen war das vorauszusehen.

Man wird möglicherweise in Zukunft von einem „Großhundbesitz“ sprechen, und da der Großhundbesitzer jeden falls zu den Communalsteuern in hervorragender Weise beiträgt, wird sich die Eitelkeit der Hundemarke bemächtigen, und dieser einen Platz im Knopfloche anweisen. Genießen aber nur einmal die Hundeherrn den Respect Ihrer Mitbürger, so werden die servilen Naturen es sich nicht nehmen lassen, einen Theil dieser Hochachtung auch auf die Herren Hunde zu übertragen.

Durch die Hundesteuer wird leider dem letzten Ueberbleibsel uneingennütziger, treuer Freundschaft der Garaus gemacht, denn für die vier Gulden, welche man als Steuer für den „letzten Freund“ entrichten soll, kann man ja bereits Mitglied eines „Bahrtuchvereins“ werden.

Doch sprechen wir nicht mehr von den Hunden, wir könnten sonst leicht – persönlich werden! Die Grobheit ist zwar jetzt salonfähig geworden, seitdem die preußischen Minister sich ihrer mit Vorliebe

bedienen; und sowie eine Zeit lang jene Parfüms, welche den Geruch von Juchten oder Heu nachahmten, „elegant“ waren, weil sie die Täuschung erregten, daß der Parfümirte so glücklich sei, gerade aus einem Stalle zu kommen, werden die Grobiane in den Ruf finer Leute kommen, weil sie sich so ausdrücken, als wenn sie gerade aus einer preußischen Minister-Conferenz kämen. Der echte Salonmann, welcher der Saison immer um eine Pferdelänge voraus ist, wird jetzt in seinen Billets doux schreiben: Die Hauptsache, theuere Angebetete, ist, ob Sie mich lieben; alles Andere ist mir – Wurst. Und wenn die Dame Geschmack hat, wird sie vielleicht sagen: Ach, der Baron hat allerdings schlechte Zähne, aber er drückt sich so gewählt aus – der ganze Roon.

Und will das Aphorism des Kriegsministers v. Roon doch etwas zu derb erscheinen, und das gleichbedeutende und ebenso naheliegende: Mir ist Alles Pomade! dürfte vielleicht vorzuziehen gewesen sein.

So wächst die Schule dem Meister über den Kopf, denn der hallensische Jubelgrobian Professor Leo, der in vorgangenen Tagen den „Hecht im Karpfenteiche“ und das „skrophulose Gesindel“ erdachte, scheint sich ganz und gar verbummelt zu haben. Sein Humor ist so bettlägerig geworden, daß er schon zu den alltäglichsten „Kirchenzeitungs-Phrasen“ greifen muß, und so in seiner neuesten Rede die preußischen Abgeordneten mit Taschendieben vergleicht.

Und gerade jetzt, wo wir Deutsche so unliebsam Zänkereien im eigenen Hause haben, will Herr Gemeinderath Kleyhonz bei uns einziehen. Nachdem er in öffentlicher Sitzung erklärt hat, daß er fürder ein Deutscher sein wolle, wirft er die böhmischen Penaten aus seinem Hause, und verstärkt so den linken Flügel der deutschen Nation.

Daß Jemand ein Deutscher aus Neigung wird, läßt sich nur dann erklären, wenn er dagegen nichts als das Heimweh nach Stock-Czechien zu verlieren hat. Wir erwarten für den Herrn Gemeinerath eine Ovation, wobei es ganz gleichgiltig wäre, ob diese von Seite des Penzinger Turnvereins

oder des Hietzinger Männergesang-Vereins ausginge, trotzdem nicht ganz in Abrede gestellt werden kann, daß aus der Rede des jungdeutschen Stadtvaters mehr eine Sehnsucht nach den Fleischtöpfen Deutschlands, als nach der deutschen Tricolore hervorleuchtet, und derselbe sonach nur in beschränktem Sinne zu den moralischen Eroberungen gerechnet werden kann.

Ob zu den letzteren auch die Eroberungen gehören, welche Fräulein Gallmeyer in Baden bei Wien macht, wir können es aus der Entfernung nicht beurtheilen. Der Theater-Referent eines frommen Blattes prophezeihte diesem leicht bethörten Sodom als Entgelt für die Gallmeyer-Sympathien des letzteren einen Pech- und Schwefelregen. Im Johannesbad in Baden will man den Schwefel schon gerochen haben.

Dagegen haben die verschämten Naturen einen Triumph erfahren, indem dem Director des Wiedener Theaters, Herrn Strampfer, nunmehr auch die Aufführung der „Schuld einer Frau“, wie schon früher die des „Abraham Lincoln“, untersagt wurde. Nach der gewiß unbegründeten Behauptung einer Dame, mit welcher ich unlängst eine Stellwagenfahrt nach Hietzing machte, soll nämlich auch Abraham Lincoln aus Sittlichkeits-Rücksichten verboten worden sein, da (ich lasse die Dame sprechen) „die Amerikaner, wie Sie wissen, nackt gehen“.

Wenn nun, nachdem schon „Die Schuld einer Frau“ verboten wurde, Director Strampfer es gar wagen würde „Menschenhaß und Reue“ von Kotzebue aufzuführen, in welchem Stücke ein ähnliches Sujet behandelt wird, und noch überdies von einem Nichtfranzosen –wir müßten Alle über unsere Jugendjahre erröthen.

25. Juni 1865

Jutta Goheen

La connotazione culturale dello stile letterario: L'*homo ludens* come rappresentante poetico della memoria medioevale.

*Gedaechte man ir ze guote niht,
von den der werlde guot geschiht,
so waerez allez alse niht,
swaz guotes in der werlde geschiht.
(Gottfried von Straßburg,
Tristan und Isolde, 1-4)*

1. La cultura – il contesto della storia stilistica nei testi poetici.

Gli stili coniano la cultura come le culture gli stili. Il contesto culturale, come il più esteso tra i fattori che formano gli stili (Sandig 1999, 155-156), comprende le relazioni intra - e interculturali, i rapporti tra i singoli ambiti all'interno di una cultura, p. es. tra l'arte educativa e la poesia, la musica e l'elettronica, così come i rapporti tra culture straniere, p. es. tra gli antichi e il medioevo cristiano. La cultura,

La totalità dei prodotti dell'uomo nell'arte e nel diritto, nella religione e nella tecnica, nella scienza e nelle forme di vita sono sempre acquisiti o rifiutati di nuovo, trasformati e interpretati, capiti o male interpretati (Oexle 1995, 28),

è costituita dalla storicità dei suoi aspetti. L'ipotesi di uno "stile abbastanza uniforme" si basa su una dialettica di continuità e trasformazione:

Ogni sistema culturale perfeziona nel corso del suo sviluppo un inventario standardizzato di elementi e norme materialmente disponibili, che permette di sviluppare una quantità quasi incessante di modelli variabili corrispondente, ciononostante relativi a uno stile culturale unitario (Harth 1998, 80).

Su questa base ampia emergono fasi storiche come apporto al mosaico culturale. Un siffatto modello ha sviluppato la ricerca storica per una cultura medievale, la memoria come esteso fenomeno sociale, come integrazione di tutti gli ambiti della vita, determina che nella rappresentazione si affermano reciprocamente la religione, la politica, l'economia, l'arte che si rinnovano reciprocamente (Oexle 1994; 1995; Le Goff 1992). Questo vale per testare se e come si adeguano gli stili della poesia medioevale a questo modello e quale modello formano.

La scienza della cultura e della storia, la ricerca della storia dell'arte, la retorica e la teoria della letteratura hanno combinato un concetto complesso e diacronico di *memoria*, che si può generalmente interpretare come storia dello stile della letteratura, ma in particolare come descrizione dello stile poetico medioevale. La *memoria*, un concetto latino della lingua degli studiosi del medioevo, comprende il *ricordo* (*Mneme*), la capacità di richiamare alla mente il passato, e l'*anamnesi* (*Anamnese*), la capacità di ricordarsi e di essere consapevole di questo richiamare alla mente (Oexle 1976, 79). La mnemotecnica non è limitata all'uso strumentale dell'*ars memorativa/ars memoriae* retorica, ma significa organizzare la memoria, giungere al rito sacrificale e all'interpretazione testuale (Harth 1998, 80). Per la considerazione dei testi poetici si intende una dimensione più ampia della *memoria*: *Mnemosyne*, "una capacità produttiva sostenuta dalla forza

dell'immaginazione (*imaginatio*) che realizza prima le esperienze vissute alla luce più tarda dell'esperienza le trasforma e quindi le riorganizza" (Harth, ibidem). Su questa base sorgono le arti immaginose e simboliche. Anamnese e Mnemosine sono fattori creativi della produzione poetica. I poeti serbano la memoria e la elaborano sempre. La loro arte linguistica testimonia la memoria come forma base delle immagini umane e dell'autorappresentazione poetica. Un interesse scientifico per il contesto culturale della poesia del passato è un interesse per i segni di un'identità culturale che conia una memoria collettiva (Lachmann 1996, XXV) nello spazio di riflessione di una cultura (A. u. J. Assmann 1983, 266).

La funzione chiave della memoria per la cultura della cristianità medioevale fu formulata in maniera concisa da Jacques Le Goff: "Christian teaching is memory, Christian ritual commemoration" (Le Goff 1992, 70). Nel culto dei morti e dei santi la memoria mantiene la presenza dei morti, nel banchetto di commemorazione ha origine una collettività di vivi e morti (una condizione di diritto). Con la memoria si tramanda ai posteri la presenza dei loro predecessori (*fama*).

Come espressione di orgoglio storico dei cristiani la memoria concilia i testamenti del passato. Le teorie medioevali di memoria e anamnesi formano un discorso cristiano sulla memoria degli eredi di Platone e Aristotele. Il discorso sulla memoria cristiana (da Agostino fino a Wilhelm von Ockham) unisce gli aspetti morali a quelli di teoria della conoscenza. L'esperienza e la memoria imprimono i segni del tempo e la coscienza di sé. L'insegnamento cristiano vuol dire ricordare e dimenticare come comportamento morale che si riferisce alle norme cristiane della ricerca di Dio dei singoli individui nel ricordo dell'azione salutare divina e la ricerca della salute dell'anima. Queste norme morali si rivolgono alla consapevolezza dei singoli individui come creature di Dio e fondano sulle norme la salute dell'anima come valore più alto di congiunzione tra le virtù religiose (fede, amore, speranza) e quelle di Cicerone (saggezza, giustizia,

valore e autocontrollo). A questo punto l'appartenenza al gruppo del singolo individuo come attribuzione pretende dalla totalità sociale un modo di comportarsi che assicura un ordine gerarchico. Lo schema interpretativo dell'ordine sociale dominava già dal primo medioevo una struttura in *oratores, bellatores, laboratores*, chierici, monaci, nobiltà, agricoltori, e congiungeva questi gruppi nella reciprocità di dare e prendere, preghiera, protezione militare e sussistenza materiale diventavano doveri e offerte (Oexle 1976, 92). Inoltre il canone delle norme morali determinava le norme delle differenze sessuali tra uomo e donna. Poiché questi raggruppamenti sociali valevano come parte della creazione divina, la realizzazione di queste norme era spiegata come memoria di Dio e la mancanza come dimenticanza di Dio. Una componente pragmatica della memoria medioevale fu la continuazione dell'*ars memoriae/memorativa* della retorica antica per il discorso e la scrittura della formazione medioevale.

La poesia medioevale testimonia la creatività poetica della memoria e del ricordo. I temi come amore, festa, viaggio, virtù e vizi si riferivano alla memoria come agire sociale, gli stili della poesia medioevale riflettevano i concetti di memoria e li trasmettevano con l'impostazione poetica. Come esempio serve poi un notevole topos della memoria della poesia medioevale. Le rappresentazioni fisse del medioevo mostrano la letteratura come recipiente e come fondatrice del ricordo. La scrittura della finzione narrativa determina un avvenimento fisso che immagina il ricordo rituale e la ripetizione garantita con la lettura. La memoria forma le figure letterarie dell'*homo ludens* che mirano all'ammaestramento e al divertimento. Johan Huizinga (1949, 21-27) formulò la convergenza tra festa e gioco, che viene alla luce nel prelevamento della vita quotidiana, di un chiaro contrassegno spazio-temporale, così come nel legame di garanzia delle regole e di libertà dell'agire. La descrizione poetica della festa rappresenta i modelli immaginari delle forme di vita secondo l'atteggiamento della comunità

della festa. Queste visioni della festa stilizzano il carattere giocoso della festa come tipo ideale di partecipazione al rito che si muove nella sala da gioco dell'osservanza delle regole e la libertà dei singoli individui. Nel paragone diacronico si spiega il mutamento stilistico più importante del contesto del concetto di memoria storica. La storia delle forme stilistiche poetiche e degli stili crea una propria storicità della poesia come cornice conforme alla struttura delle epoche storico-letterarie.

2. La storia dello stile come pietra di paragone per la teoria stilistica.

La storia dello stile è una pietra di paragone per una teoria stilistica plausibile a causa delle diverse relazioni storiche tra testo e stile. Le condizioni storiche di produzione e ricezione si riflettono sulla forma del testo. Nel complesso il contesto della *memoria* si considera riferito alle domande di fondo della stilistica letteraria, che dedicano una fila di qualità e funzioni più significative dello stile nella letteratura medioevale. In questo legame si possono indicare solo in modo esemplare. Le generalizzazioni si riferiscono prima al fatto che la letteratura tedesca medioevale ha “un carattere modello per ogni origine, ogni struttura di un sistema letterario” (Wehrli 1984, 46) e quindi per l'origine dello stile letterario.

La distanza temporale diventa da una parte la marcata disuguaglianza delle posizioni per produrre il testo e il suo ricevente nel processo di comunicazione, l'orizzonte del sapere e del comprendere storicamente condizionato, consapevole, come dall'altra parte sia efficace da entrambi i lati un'interazione differente ma stabile di ricezione e produzione. Ciò si manifesta chiaramente nell'origine della letteratura medioevale e negli strati di un'interpretazione medioevale. Per la funzione dello stile come autodescrizione valgono da parte dell'autore le condizioni storico-culturali

dello stile come scelta che comprende anche da parte degli interpreti il concetto di stile come processo di memoria e autorappresentazione.

Gli studi sullo stile della letteratura medioevale hanno un significato esemplare per la teoria dell'intertestualità e spiegano che la funzione dello stile costituisce un momento decisivo dell'intertestualità. La trasmissione della presentazione dei testi latini e francesi nella nuova forma linguistica dialettale chiarisce come lo stile realizza l'intertestualità. Poiché lo stile conia un testo, esso è necessariamente un elemento importante nelle strutture intertestuali. Qui si trova un campo esteso ancora incolto, in lontananza non riconosciuto dalla ricerca stilistica.

Inoltre la letteratura tedesca medioevale illustra come s'influenzano reciprocamente la comunicazione verbale e quella scritta come mezzi di comunicazione. La comunicazione verbale si riferisce alla forma per interpretare la poesia, che tuttavia è determinata dalla tradizione scritta (Selig 1997) e sotto questa forma è tramandata. Le funzioni di memorizzazione dello stile si rivolgono attraverso gli occhi e le orecchie alla memoria del ricevente. L'articolazione della composizione, le strutture d'istruzione, le figure retoriche e i tropi, le rime e le allitterazioni sono segni di un'arte linguistica, che mira a un'impressione facile nella mente e a una capacità d'istruzione. Una molteplicità dello stile nei testi epici si volge prima a un'adeguata rappresentazione degli episodi come all'unità dello stile e a una totalità del testo. I diversi strati di tradizione, come nella saga dei Nibelunghi, contrassegnano le chiare fratture dello stile. Nella poesia cantata dei detti domina la strofa singola in una serie di strofe disposte in modo staccato. La poesia medioevale consiglia che l'unità dello stile come principio della struttura del testo presupponga un successivo concetto di opera.

Il mutamento dello stile è inerente alla differenza dello stile, che si apre al confronto tra testi contemporanei e non. Il mutamento dello stile è un fattore decisivo della propria razionalità.

3. Il mutamento dello stile – diacronia e differenza.

Il cambiamento di stile come forma di memoria interculturale è inerente alla poesia medioevale con una struttura intertestuale dominante. Gli stili comuni e gli stili del testo della letteratura tedesca del medioevo si costituiscono in questo modo. Nel cambiamento degli originali dell'antico francese e del latino si formano gli stili comuni e gli stili di testo dell'epica cortese, per gli antenati latini le forme stilistiche della poesia gnomica e della poesia della saggezza, per i modelli provenzali la lirica sulla Minne. Nel processo di relazione tra i testi "il testo viene recuperato per il momento della propria corrente" (Stierle 1983, 17). Lo stile del testo richiama il modo di questo movimento.

Il mutamento di stile come variante dei tratti stilistici pronunciati di un modello stilistico si mostra nella molteplicità contemporanea degli stili che contrassegnano lo spettro del genere poetico. I canti giornalieri differiscono in modo stilistico e notevole dall'alta Minnesang. Con la chiara dissonanza del tono dominante della Minnesang contemporanea si arricchisce la molteplicità stilistica della canzone di Neidhart della lirica medioevale con nuove forme. La "poesia gnomica" mostra una molteplicità di forme ugualmente ricca, nelle formule dei detti cantati e nella grande forma gnomica di un'estesa poesia del sapere (Moser 1972, 407-408) come contemporanei alla Minnesang. Nella poesia del tardo medioevo il mutamento di stile appare nelle forme creative contrastive con nuovi progetti di idee. La portata del mutamento stilistico è da paragonare all'effetto storico dei cambiamenti, se la variazione giocosa anima nuove convenzioni, o se una trasgressione delle norme stilistiche allarga i campi d'espressione poetici (pastorali di Neidhart).

Oggetti del seguente confronto diacronico sono gli stili caratteristici della letteratura medioevale in presenza di uno sfondo di un discorso sulla memoria dominante ed erudito. La descrizione dello stile mostra il

mutamento dello stile come espressione di storicità delle forme poetiche dello stile e come fattore di una struttura d'identità culturale. Il mutamento dello stile nella visione poetica della festa nei testi epici tra il XII e il XV sec. indica un cambiamento fondamentale nel modello di pensiero della *memoria* e una trasformazione culturale significativa. L'*Eneit* di Heinrich von Veldeke (intorno al 1190) vale come primo esempio di epica cortese tedesca, che ancora un'aristocrazia cortese in un passato nobile, e forma il modello per gli esempi di signoria come modello *top-down* di un ordine sociale. *Der Ring* (1400-1414) di Heinrich Wittenwilder, una forma epica della poesia della saggezza, rappresenta l'immagine dell'arbitrio come critica dell'oblio, con ciò inizia un capovolgimento nella percezione della figura umana in un modello *bottom-up* della fase di ordinamento del percorso dal medioevo alla prima età moderna. Un contesto più ampio richiama alla mente la spiegazione dello stile come rappresentazione della memoria medioevale, come fasi della cultura e della vita medioevale, che demarcano inoltre la relazione storica di premoderno e moderno. Il taglio considerato dalla storia stilistica medioevale si piega a una prospettiva interdisciplinare orientata culturalmente e scientificamente sulla stilistica letteraria.

4. Introduzione agli stili medioevali:

Lettore – memoria – forma – poeta

La descrizione stilistica dei testi storici è un atto di memoria, un richiamare alla mente il passato dalla prospettiva dell'interprete. Tuttavia “la scrittura non è portatrice di tradizione come pezzo dell'epoca, ma la continuità dei ricordi” (Gadamer 1972, 368). Una descrizione stilistica dei testi scritti costituisce un dialogo tra due ricordi da una parte estranei e diversi, dall'altra i livelli del sapere e della comprensione storicamente lontani. Tuttavia i due orizzonti si fondono nella comprensione del testo. La

comprensione non è una ripetizione del passato, ma una partecipazione a un senso contemporaneo (Gadamer 1972, 370). Questo determina una specifica formulazione della domanda, come la memoria medioevale “configura” lo stile e il suo mutamento. I particolari per una disposizione sensata legano e creano un modello significativo. Una consapevolezza storica richiama alla mente i testi medioevali con un interesse scientifico postmoderno che si orienta verso la domanda stilistica del presente. Non solo la scrittura del testo richiede da parte del lettore un’interpretazione dei segni scritti come segni di memoria: “reading the text is not a matter of decoding contiguous signs in linear sequence, but of matching those signs against simultaneous memories stacked in paradigms” (Rifaterre, 1988, 7), ma anche la consapevolezza che l’accesso a questi testi è sempre diverso da quello dei poeti e dei lettori medioevali anche nella condivisione tentata dai sevizi di produzione e ricezione e rimane soggettivo.

Così la premessa è per la comprensione dei paradigmi di memoria medioevali uno sguardo nell’orientamento dominante e diacronico dei discorsi dotti della memoria, una contestualizzazione degli orizzonti del sapere e del sapere della comunicazione, che sono presenti esplicitamente e implicitamente nel testo (cfr. Fix 1991, 300). Al centro della teoria medioevale della memoria si trova una teologia mnemonica agostiniana. Nel rapporto dialettico tra il ricordare e il dimenticare la memoria determina un rapporto reciproco Dio-uomo, nel quale l’uomo decide della salvezza e della dannazione dell’anima con il ricordare e il dimenticare Dio (*Confessioni*, X). La memoria, un atto volontario di pensiero e parte di un’unità trinitaria delle forze dell’anima (*memoria, intellectus, volitio; De Trinitate*) crea un primato dell’anima in presenza del corpo e colma una funzione morale. Un dimenticare Dio si mostra nell’arbitrio dei singoli individui, che perde la salute dell’anima con i desideri del corpo (*Confessioni*, X). La teoria mnemonica agostiniana modifica ed esibisce le teorie mnemoniche scolastiche e nominalistiche (Coleman, 1992). Una

spiegazione relativa alla logica e alla dialettica dell'attività del ricordo e della memoria ordina i processi psichici in quelli sensoriali e intellettuali. Una percezione sensoriale dei dettagli si deposita nell'universale della memoria (Tommaso D'Aquino). Wilhelm von Ockham spiega l'unità di corpo e anima con la teoria del ricordo, che rende accessibili anche al ricordo i particolari.

Gli stili della poesia medioevale riflettono queste teorie della conoscenza nella particolarità dell'immaginario poetico che creano. Una dominanza di discorsi dotti circoscrive il raggio della scelta delle forme stilistiche. Nell'affermazione e variazione consapevole del modello trasmesso, la memoria si mostra come rappresentazione dell'autorità dell'autore medioevale (Carruthers 1990, 122-155). La memoria, come funzione psichica e come atteggiamento determinato socialmente, costituisce l'identità del poeta e del testo.

La consapevolezza della forma medioevale costituisce la connessione per la concezione stilistica medioevale come contributo del sapere contestuale per interpretare stilisticamente i testi medioevali. La *forma* è spiegata come rapporto interattivo materia-forma nelle introduzioni medio-latine come studio del testo da parte degli autori scolastici, *accessus ad auctores*, e nella dottrina dell'*elocutio* della retorica medioevale. Un dibattito continuativo della relazione autore-stile indirizza l'attenzione sullo stile come produzione della forma dell'autore, fino al XIII secolo lo stile proprio dell'autore si muove verso il centro dell'interesse (Minnis 1984, 159). Nel modello aristotelico dell'*accessus ad auctores* la forma è tra i quattro motivi (*causae*) del testo – autore, materia, intenzione, forma – quella più precisamente esplicitata: la forma (*causa formalis*), che l'autore ha dato all'opera, è differenziata secondo le fasi dello sviluppo, nel modo di trattare la materia (*forma/modus tractandi*) e la struttura del testo (*forma/modus tractatus*) (Kelly 1996, 339). Lo stile del testo è quindi determinato secondo il modo di formulare e strutturare le singole parti.

Questi fattori di comprensione stilistica medioevale hanno analoghe corrispondenze nelle teorie stilistiche moderne.

I particolari stilistici delle teorie medioevali rispecchiano la prassi stilistica, che raccomandano, ma che mettono a confronto con un labirinto terminologico. L'apertura del *modi tractandi* si basa sulla teoria della formulazione della retorica, dell'*elocutio*. Un'abbondanza di diffuse distinzioni chiude in modo evidente le obiezioni e permette solo di contrassegnare le tendenze generali della formazione dello stile. La lezione di stile dell'*elocutio* determina il legame tra materia e forma con la distinzione di tre tipi di stile che combinano uno con l'altro l'intenzione, la forma di rappresentazione e l'effetto del testo: *stilus humilis*, *stilus medium*, *stilus grandiloquus* (stile basso, medio e alto). Questi tipi di stile sono articolati secondo i criteri di *aptum* (adeguatezza), *ornatus* (modo di formulazione), delle differenze di categoria e del posto delle figure nell'ordine sociale. L'*adeguatezza* s'intende come adattamento d'espressione al tema e alla materia (*parva*, *modica*, *magna*), e al proposito dell'attività del testo (Urbanek 1995). Questo serve a dimostrare l'esattezza di una cosa (*probare*) o un'istruzione personalmente impegnata (*docere*), a esaltare le lodi (*delectare*) o a biasimare (*vituperare*), a produrre stati d'animo euforici o combattivi (*movere*) o a convergere il distacco dei peccati (*flectere*). Una lezione di stile orientata sociologicamente (Galfred von Vinsauf) integra questi criteri di *elocutio* con una differenziazione dello stile secondo il raggruppamento delle figure dei soggetti descritti (strato inferiore, medio, superiore). I criteri di categoria riflettono quest'orientamento sociale: a una categoria inferiore, la satira, spetta uno stile inferiore, a un epos uno superiore, a una poesia d'apprendimento uno medio. I criteri dell'*ornatus* distinguono le forme d'arte delle lingue secondo l'uso di figure, di parole, di sensi o di tropi.

I livelli stilistici hanno nelle distinzioni medioevali confini correnti, l'ampiezza della trazione dello *stilus humilis* ne è un esempio.

L'argomentazione e la descrizione oggettiva devono servire come stile semplice della lezione, per l'intelletto, ma le affettività non gradiscono. Un avvicinamento alla lingua quotidiana e a quella popolare deve diminuire l'uso delle figure di parole e di significato, richiede una struttura della frase semplice. Come stile del comico, che rappresenta i *rustici*, lo stile più basso tende al grossolano e al volgare. Lo stile di mezzo mantiene la metà tra entrambi gli stili, cerca l'equilibrio, fa un moderato uso delle figure stilistiche ed evita un lessico insolito o una sintassi complessa. Serve il mantenimento, si rivolge alle affettività, senza inserire l'intelletto. Lo stile elevato cura un lessico ricercato, adatta la costruzione della frase all'espressione della passione e sceglie figure efficaci. La popolare lezione di stile di Orazio (*ars poetica*) contiene però anche una raccomandazione che può valere come ampia ed efficace tendenza dello stile dei testi medioevali, la mescolanza di stile basso e medio per amalgamare insegnamento e divertimento (Spang 1994, 929).

La "cognizione della produzione" di questo tipo circoscrive i parametri dello stile del testo poetico del medioevo. Il contesto culturale della poesia come prodotto e oggetto della memoria fissa un'intenzione morale cortese e la forma dell'arte stilistica del poeta. Come in principio sottolineato la memoria ha una funzione morale, non è solo chiamare e cancellare l'informazione. Al ricordo è affidato ciò che è da ricordare e che non deve essere dimenticato. A ciò appartengono le regole cristiane. La memoria ha una funzione chiave nella concezione medioevale della saggezza umana e unisce la *prudentia*, la *memoria*, il ricordo al passato con l'*intelligentia*, il raziocinio e la capacità di giudicare, la *providentia*, e la probabilità. La memoria come parte della saggezza e come compagna dell'immaginazione (Wenzel, 1995) determina il ruolo del poeta medioevale. Egli conserva, trasforma e supera ciò che è tramandato. Nella memoria, che crea la durata, si uniscono il ruolo del poeta e la recezione del lettore. I versi d'inizio di Gottfried von Straßburg tratti dal "Tristano" fissano questa funzione

determinante della memoria nella variante di ricordare e dimenticare la potenza umana (v. il motto di questo saggio). Friedrich Ohly (1984, 66) generalizza la funzione della memoria per la scrittura: “Le culture che usano la scrittura vivono nel loro ricordo di scrittura e nel lontano ricordo dell’immagine a loro vicino”. La memoria come aspetto significativo dell’autorappresentazione del poeta medioevale fonda la propria pretesa sull’accettazione della “verità” della poesia.

Sulle figure fisse medioevali si delineano gli stili degli autori della rappresentazione della memoria. Una figura dell’interazione delle società socialmente differenti dispensata alla vita quotidiana indirizza il lettore con specifici mezzi persuasivi a offrire con credibilità la memoria. Il lettore postmoderno legge questo stile poetico come manifestazione dell’autorità poetica, meno della paternità che si sottrae alla distanza storica, nel caso di Veldeke di una tradizione oltremodo complicata, l’arte linguistica offre stabilità a questi testi, nello stesso tempo è uno stimolo per trasformare l’interpretazione. Lo stile come codificazione dinamica (Spillner 1995, 70-71) recupera la lealtà del testo. Le interpretazioni sono atti della formazione del significato. Poiché qui il discorso è solo di un frammento di testi voluminosi, le osservazioni si riferiscono a questa parte degli stili del testo, che qui non sono da prendere come confini.

5. La figura fissa di Veldeke: la figura della memoria aristocratica - esempi di stile cortese.

La festa di nozze e l’incoronamento di Enea e Lavinia nell’“*Eneit*” di Veldeke (intorno al 1190) rappresenta “l’interpretazione per un nuovo disegno di dominio e ordine” (Haupt 1989, 126) in un cerimoniale che richiama alla mente la memoria come base costituente la cultura aristocratica e fornisce come offerta l’identificazione. Veldeke crea la festa

come esempio di cultura cortese dello stile tedesco. Gottfried von Straßburg testimonia questo lavoro: “*er impete das êrste ris/in tiutescher zungen [...]*” (Tristan, 4736-7). La reciprocità della Minne crea la forza per la salvezza del re che lo legittima come sovrano ([...] *daz er damit mohe heilen/alliu unfrohiu herzen [...]* 13273-4). Al centro della festa c’è il banchetto che viene elargito alla comunità come atto di interazione armonica che causa il rituale del dare e del ricevere. La comunità della festa impersona la reciprocità di signoria e servizio nella più completa disciplina di un cerimoniale cortese (Bumke 1994). Lo stile della distinzione che si afferma (Trabant 1994, 59) progetta un’“etica di servizio e contributo” come modello d’élite aristocratica (Haupt 1989, 132). La festa illustra i fondamenti dei privilegi aristocratici: la *fama* che offre la memoria, e la *pietas* che riceve la memoria e l’attuazione del dovere di classe. La *milte* come focolaio del comportamento alla festa realizza le virtù sovrane per proteggere la povertà. Il numero degli ospiti che viene da lontano (“*Michel wart diu zuvert*” 13102) e la magnanimità del re testimoniano la gloria di questa festa come memoria dell’antico. Il narratore rinuncia a paragone la festa con quella cortese di Mainz, esempio tipico della cultura della festa cortigiana (13221-35).

Lo stile della rappresentazione mostra la festa come manifestazione della memoria affettiva e razionale. Un ordine chiaro ed equilibrato della particolarità del termine “festa” è il segno stilistico della *ratio* del rito. La ripetizione degli epiteti superlativi e la disposizione dei sinonimi segnalano l’assoluta perfezione come forma di rappresentazione della corte, mirano all’affermazione e all’accettazione affettiva i valori costituiti. La *ratio* e gli affetti si completano nella stilizzazione cortese dell’aristocrazia di corte.

Le strutture della frase ordinano la descrizione delle particolarità nelle forme caratteristiche del cerimoniale della festa. Nel modello dell’essere (Heringer 1989, 33) è caratterizzata l’essenza della festa: l’ordine di grandezza (“*Michel was diu hôchzit/und daz gestûle vile wît*” 13133-4),

l'intrattenimento per occhi e orecchie (*"dâ was spil unde sank [...]"* 13159), i segni materiali e mentali di una festività imponente (*"Dâ was michel herschaft/wunne unde wirtschaft [...]"* 13201-2). Il tempo, lo spazio, il gioco e l'ospitalità, abbondantemente calcolati, sono testimonianze di qualità. Nei modelli d'azione la gerarchia e l'armonia dell'ordine di signoria e subordinazione sono comprensibili. La successione dei gradi al tavolo mostra la funzione del banchetto offerto ai commensali, mette insieme ricchi e poveri in un ordine più adeguato:

[...]

der kunich dô ze tische gienk

und die vorsten edele,

ir ieslîch an sîn gesedele,

arme unde rîche

harde hêrlîche

(13136-40).

Ripetuti tre volte, i gesti della *milte* testimoniano con la perfezione dell'adempimento del dovere l'utilità della festa. Lo stile differenzia il modo del dare. A tavola c'è un servizio subordinato e anonimo: *"man gab in allen ze viel/ezzen und trinken [...]"* (13148-9). L'etichetta di corte tace le particolarità della cucina (Bumke, 1994). I piatti non vengono menzionati, solo la folla conta come manifestazione della ricchezza e magnanimità (*milte*) del padrone. Al contrario l'assegnazione di ricchi premi è un segno personale di potere virtuoso, seguito nell'ordine gerarchico e con il rimprovero molteplice sul lusso dei doni. Il re dimostra i suoi privilegi con la sua *milte* perfetta, l'espressione del suo potere e la sua consapevolezza morale. I principi seguono il suo esempio:

[...]

wander konde wole geben

und hete ouch das gût,

dar zû den willigen mût.

Dâr nâch die vorsten rîche

Gâben vollecliche

[...]

(13178-82)

Le particolarità (materiali preziosi e gioielli d'oro 13284-94) dimostrano con ricchezza e splendore il pregio degli ospiti. La terza descrizione arricchisce la virtù aristocratica con la rivalità dei sostenitori dell'alta aristocrazia (*kunich, herzogen, graven*) dividendo le qualità nella grande quantità e nel valore alto. Ciò accentua enfaticamente il bisogno della festa per gli altri (“[...] *wand ir maneger wol genôz*” 13220). La rivalità della generosità nella festa perfetta corrisponde alla rivalità della forza del corpo nel gioco del combattimento. Analogamente alla mensa dei poveri con il banchetto dei morti nella memoria dei defunti nel primo medioevo (Oexle, 1976, 94) servono i doni del trasporto della memoria di questa festa regale. L'equilibrio tra la brevità pregnante del rimando alle normative e l'amplificazione dello straordinario contrassegna la misura (*mâze*) di uno stile cortese epidittico.

L'ascoltare e il dire, il terzo modello base della rappresentazione narrativa, garantiscono la verità del racconto con il ruolo del narratore come funzione di memoria:

Ichn friesch in dem lande

Nie dehein hôchzit sô grôz

Wand ir maneger wol genôz.

Dâ von sprach man dô wîten.

(13218-21)

Il ruolo del narratore è quello di interpretare la *fama* orale (“*Ichn vernam hôhzîte/in allen wîlen mâre [...]*” 13222-3). Con il ricordo alla festa di Barbarossa a Mainz (1184) in occasione dell’ideale di spada dei suoi figli il narratore loda il modo di susseguirsi tipologico della perfezione ineguagliabile della cultura cortese che rappresenta la festa a corte dell’imperatore, la cui gloria tende fino alla fine della temporalità (“*under da von sagen mach/unz an den jungisten tach [...]*” 13247-8). Il paragone legittima la festa antica del precursore, ma relativizza il suo valore esemplare dalla consapevolezza della superiorità delle forme di vita medioevali rispetto a quelle antiche. Lo stile che afferma una distinzione concepisce una festa, la memoria dimostra come la *pietas* e la *fama* secolarizzate agiscono socialmente nello spazio. Una concordanza di norma e forma imprime il modello classico alla cultura della festa cortese per gli antichi predecessori, ma si apre a una relazione secolare e tipologica per la festa modello del medioevo, una festa di corte a Mainz idealizzata alla fine del XII sec. Nel contesto il processo storico offre questo tipo di descrizione della festa “per la nobiltà che si profila come la signoria regionale del XII sec. un modello per assicurare sé [...] ma anche le possibilità di apprendere il superamento di una verità che si trasforma” (Haupt 1986, 31).

6. Il banchetto dei contadini di Wittenwiler: l'evidenza della corporalità – il paradigma dell'oblio.

Un cambiamento marcato dello stile sulla visione della festa mostra il rovescio del concetto di memoria medioevale, la dimenticanza di sé dell'uomo, che qui uguaglia il dimenticare Dio (cfr. Algazi 1995, 396-399). L'*evidentia*, una descrizione amplificante del banchetto a un matrimonio di contadini nel “*Der Ring*” di Heinrich Wittenwiler (intorno al 1408-10) congiunge entrambi i tipici modi di rappresentare questa figura stilistica, un richiamare alla mente indirizzato a una percezione sensuale e i dettagli dei modi di comportamento corporali. L'evidenza dei dettagli sottolinea il diritto sulla credibilità del rapporto narrativo (Lausberg 1990, 399). L'intenzione, la certezza immediata del restringimento chiaro o necessario per i pensanti, deve far apparire il messaggio come indubitabilmente vero (Kemman 1996) e mira qui a una figura facile da ricordare della corporalità dell'uomo nell'*images agentes* particolareggiato e ripetuto, a un effetto memorativo delle illustrazioni transitive (Yates 1966, 6-10) del contegno con il banchetto e la danza.

L'apertura storica del discorso sulla memoria contestualizza la scelta di questa figura stilistica. L'interpretazione scolastica della teoria di pensiero aristotelica unisce la logica e la dialettica a una relazione sensuale e religiosa della memoria, ma iscrive al ricordo la totalità (Aquino), segue un'incisione abbastanza importante della teoria del ricordo di Wilhelm von Ockham (nel primo quarto del XIV sec.). La possibilità di accettare direttamente le particolarità individuali del ricordo assicura al sapere e alla conoscenza la base empirica. La memoria ha così due gradi, l'impressione di un'immagine del percepito e la consapevole chiamata di questa nel ricordo individuale. La memoria forma il nocciolo di una personalità individuale, ma si limita alle singole percezioni. Le memorie d'altro si

trovano solo nel dichiarare che può essere seguito (*Reportatio*, IV, 9, 12 H; in seguito Coleman 1992, 508).

Ricordare e dimenticare Dio sono temi dominanti della poesia gnomica medioevale. La grossa forma tardomedioevale di Wittenwiler congiunge le forme stilistiche gnomiche ed epiche per istruire divertendo. Un'esplorazione critica fa la presentazione di un prevenuto comportamento umano nella corporalità, una burla contadinesca per il lavoro di tirocinio sul ricordare e il dimenticare (Meier 1975, 147-162). Qui la concezione agostiniana della dialettica del ricordare e dimenticare si unisce allo stile in una diretta osservazione dei dettagli, che il narratore tiene a mente nel ruolo di osservatore. L'*evidentia* come descrizione amplificante tiene salde le particolarità come ricordo personale e serve al lettore la conoscenza dell'implicazione dei modi di condotta raccontati. Le figure tinte in modo forte e affettivo si rivolgono al ricordo del lettore.

Il banchetto nel quadro di Wittenwiler del matrimonio contadino trasforma un pranzo di allegri e grossolani mangiatori della sua presentazione, delle facezie di *Meier Betz* e di *Metzen hochzit*, secondo il modello di una *convivia plebeia* (Johannes von Salisbury, *Policraticus*) in una selvaggia pappatoria e in una selvaggia sbevazzata. L'evidenza svolge l'azione della figura sul piano letterario con segni facili da ricordare per gli eccessi che richiamano alla mente l'insegnamento associativo dell'educazione da tavola cortese e i principi della lezione dei peccati medioevali (Lutz 1990). La prospettiva del *litteratus* rende estranea la festa contadina per il grottesco della corporalità grossolana nella satira sulla smisuratezza della povertà involontaria. Il pranzo di nozze dei contadini rappresenta i segni della fame (5533-5) e dell'empietà (6183-4). Con la fretta del consumo, dell'avidità animalesca e dell'insaziabilità i contadini portano in carne e ossa davanti agli occhi del lettore la *gula*, *fraz*, uno dei sette peccati capitali (Goheen 1995). La dimensione di questa *evidentia* si può solo tratteggiare come segno del mutamento di stile.

Invece, di un banchetto che plasma la società come rito della memoria il narratore descrive l'agonico egoismo. I gesti dei singoli attestano l'egoismo aggressivo, l'avidità e la smisuratezza come tenore del comportamento del gruppo. Una parte della scena, come Frau Els che beve il vino da un boccale (5655-80), illustra l'impressione della figura, che causa una descrizione chiara e dettagliata delle particolarità fisiche. L'avidità cresce dalla violazione delle regole del comportamento a tavola fino alla perdita dei sensi, allo stordimento degli istinti animali, che richiama alla mente una rappresentazione animalesca:

[...]

Seit wolt den wirt nit schenden

Und fasst den chroug peinn henden;

Mund und nas stiess sei dar in;

Also wol smakt ir der win.

Die weil sie drinn ein rüfli fand,

Daz zuchtz her aus mit blosser hand

Und drank so treuleich und so fast

Bis daz ir des atens geprast.

Wie schiere sei des wider kam,

Secht, do huob sei aber an,

Ze schilen auf da hin und her

Nicht anders sam ein wilder per,

Daz haubet liess sei sinchen

Und tranch, daz von dem trinken

Die augen ir vergiengen,

Die oren nider hiengen.

Dannoch was der feuchti mer [...]

(5656-71)

Il paragone con gli animali (5666), sufficientemente espressivo sul piano letterario, implica un riferimento al simbolismo animalesco del medioevo, che raccoglie la comicità della situazione nella serietà della colpa. In un comportamento a tavola mediolatino (*Thesmophagia*, XII sec.) le tigri, gli orsi e le pantere sono l'esempio di un accanimento indecoroso e violento all'uomo. L'interpretazione allegorica degli animali nella teoria degli esempi (*Lumen animae*) porta l'orso come simbolo di lussuria, perché segue il miele fin tanto che non cade nella fossa. Questo attributo del ruolo della donna qui si unisce all'eccesso della *gula* (*Gesta Romanorum* 179). I segni fisici, occhi lacrimanti e orecchie pendenti, illustrano gli organi addormentati nella confusione grottesca dei tratti umani e animali.

Con le portate di un banchetto esiguo aumenta la smodatezza del divoratore. Nella figura della portata dei crauti, la tipica portata di un matrimonio contadino, appare l'iperbole dello stile satirico. Wittenwiler qui accresce l'offesa contro le abitudini della tavola come espressione di insaziabilità ostile:

Man sol ouch niht sîn ze snelle,
 daz man tuo nit sîme gesellen
 in die schüzzel sîne hant.
 (Thomasin von Zircklaere,
 Der Welsche Gast, 507-09)
 Wie schier sich Chnotz an im do rach
 Und rumpelt, daz der löffel prach!
 Des fuor er her mit paiden henden
 In daz chraut zuo allen enden [...]
 (5751-4)

La fretta sfrenata è espressione di un'orribile eccessività: come maiali bevono dagli altri quello che viene sputato da una bocca troppo piena. La

cupidigia rende i corpi come un vaso troppo pieno, l'istinto sfrenato assomiglia all'istinto animalesco:

We, wie sei do kützet!
 Des warend do die andern hie
 Und sauftens auf (ich wais nit wie) [...]
 (5766-8)

La bocca grande e sempre aperta dei contadini profondamente piegati sulle scodelle mentre cercano di afferrare ogni boccone che cade a loro dal cucchiaino o dalla bocca può indurire i loro volti nella maschera dell'insaziabilità. I volti dei contadini ricordano le maschere di carnevale dei pazzi: "*Won die mäulr in warend weit/Und offen gar ze aller zeit [...]*" (5783-4). Qui la maschera smaschera e non nasconde nulla. Paragonando alla figura più convenzionale di Hugo von Trimberg: "*Tôren ist aber diu werlt nu vol/Die slindent vil und sint doch hol*" (*Der Renner*, 9469-70) il quadro grottesco di Wittenwiler mostra la deformazione dell'uomo con la bocca aperta. Il concetto teologico di questo peccato capitale è registrato dal volto. Una figura di riscontro caratterizza la piccola bocca che deve accogliere il nutrimento con una cannuccia di paglia, come accortezza del mangiare e del bere (*Gesta Romanorum* 175).

L'evidenza dell'eccesso e dell'anarchia della corporalità trasforma l'esibizione spiritosa e ironica dei vizi nello *stilus humilis* per ridere, ed esprimere paura e orrore. Il pregiudizio dei peccati rifiuta al lettore una risata liberatoria sulla corporalità svincolata (Bachtin 1985, 37) ed esorta alla disciplina. Una consonanza immediata dei gesti e il riferimento simbolico deforma i contadini come figure dalla corporalità priva di sensi e porta il pranzo, il tradizionale punto centrale del matrimonio contadino con il vitto esiguo agli ospiti, a simbolo della miseria del peccato. Questo quadro affettivo della *gula* si trova con rifiuto dei moralisti tardo

medioevali contro la festa popolare come anticiviltà per eccellenza, è rivolto contro la vera fede, la giusta misura e il pudore cristiano, come nota Roger Charter (1984, 159). L'immaginazione del ricordo del narratore e l'immaginazione erudita del poeta pongono di fronte agli occhi del lettore le figure dei corpi umani in attività, che in modo sfrenato escono da tutte le estremità, nella combattività, nella ricerca del cibo, nella sfrenatezza sessuale (Roper 1994, 24), che segnalano un oblio individuale e collettivo dell'*ordo* del contadino, la devozione povera, e dunque Dio. Lo stile testuale testimonia l'identità di gruppo delle singole figure, che sono chiamate con nomi allegorici, agiscono come individui singoli e rendono palese sempre il nuovo arbitrio e l'egoismo delle figure contadine.

La figura di Wittenwiler della corporalità umana passa dalla caricatura di un incremento delle caratteristiche (Kaiser, 1957, 31) al grottesco satirico degli eccessi corporali animaleschi, che scavano i confini tra uomo e animale. Questa creazione assolutamente equivoca della fantasia erudita segnala l'avvio per un nuovo orientamento del mondo. Il grottesco, espressione di una struttura della coscienza, le aspettative normative con il quale confronta ciò che appare come reale (Pietzcker 1980, 87), è una figura stilistica ambivalente. L'esagerazione giocosa scopre profonde contraddizioni tra l'esigenza di validità e l'efficacia dei valori assoluti. Il potere dell'istinto corporale mostra con la critica a quest'anarchia una debolezza del canone del valore, che rende assoluto l'educazione e il bello. Lo specchio deformante fissa una figura così impressionante della corporalità vitale che non si sottomette più al vecchio contrasto chiaro tra bello e brutto senza ottenere il valore proprio in una nuova costellazione dell'essere umano. Il grottesco come segno stilistico mette in dubbio gli orientamenti tramandati con le apparizioni opposte e demarca le spaccature nel canone delle norme stilistiche, a cui sono conformi gli ordini ideologici che cominciano a capovolgersi (Pietzcker 1980, 98-99).

7. L'autodescrizione del poeta nello stile testuale.

La scelta e l'organizzazione di una forma stilistica è una forma circoscritta dell'autodescrizione del poeta, poiché giustificano lo spazio dei fattori condizionanti, del ruolo di mediatore del poeta per i discorsi dominanti e la propria interpretazione attraverso forme specifiche, sapere, immaginazione e capacità di parola (Sandig 1986, 214-217). L'*autodescrizione* è una relazione complessa dell'autocomprensione del poeta e dei segni presi dallo stile di testo, che il lettore interpreta come conseguenza a una propria lontana configurazione. L'arte linguistica del poeta manifesta segni espliciti e impliciti dell'autorappresentazione. Espliciti sono la proporzione con la tradizione, il ruolo fittivo dell'io come scelta della prospettiva della rappresentazione dello stato delle cose, le particolarità dell'arte linguistica, che manifestano lo stile personale come espressione dell'identità poetica nel prelevamento dalle fonti e da altri poeti. I segni impliciti dell'autorappresentazione si offrono al lettore dalla distanza e dalla prospettiva particolare del testo, sono per il poeta segni per lo più inconsci dell'autorappresentazione.

Per i poeti medioevali la funzione della memoria dei loro testi è un presupposto storico, che mette in rapporto con la tradizione e assicura i lettori del tempo della verità della descrizione. Il ruolo dell'Io del poeta è un'autodescrizione fittiva che segnala a seconda del genere del testo un'identificazione specifica del ruolo. Veldeke agisce come mediatore di una memoria cristianizzata dell'antico e come propagandista della memoria della nobiltà alle soglie dell'alto medioevo. Con la trasmissione delle fonti del francese antico (*Roman d'Eneas*) e l'adattamento dell'epos antico si pone come poeta un futuro storico e imprime come narratore uno stile epico cortese del medio alto tedesco con i segni di uno stile personale. Wittenwiler s'identifica come *litteratus* con il sapere della lezione cristiana dei peccati e lo scetticismo di fronte alla loro efficacia nel largo strato degli

illiterati. Il confronto stilistico spiega come “[...] viene ampliato e corretto il bello con il brutto e l’armonico con il dissonante” (Jehl 1994, 103). Il fascino manifesto attraverso la personificazione dell’uomo si attesta nella voglia poetica per il dettaglio e insiste su quello che questo lato della creatura è una componente potente del suo agire. Così il significato letterario del *gpaurn* tende oltre la figura di riscontro alla nobiltà delle virtù. L’evocazione poetica della corporalità elementare ottiene la validità letteraria dalla parte di creatura dell’uomo, anche se ancora nei segni delle norme della memoria cristiana che presuppone l’oblio della corporalità della memoria di Dio. Il cambiamento stilistico ha come quello linguistico degli effetti involontari (von Polenz 1991, 68). Con l’intensità della rappresentazione affettiva e stilistica dell’oblio delle norme ortodosse si apre ideologicamente il testo chiaro a un aspetto implicito per l’autorappresentazione del fascino del poeta con questa corporalità. Lo stile programma l’apertura dei testi letterari, che si schiudono alla distanza critica della lettrice.

8. Il mutamento stilistico come mutamento della prospettiva.

Il mutamento stilistico della rappresentazione della festa mostra un cambiamento significativo della prospettiva nella rappresentazione della memoria come agire sociale, nel rito del banchetto come ricordo del compimento del matrimonio. All’inizio dell’alto medioevo lo stile cortese imprime una rappresentazione esemplare della realizzazione perfetta del modo di vivere aristocratico come modello d’imitazione. La comunità della festa richiama un’integrazione rituale della signoria e del servizio, principi e subordinati in un ordine gerarchico armonico. Il singolo individuo appare come membro di una comunità e nella collettività del reciproco servizio al gruppo di status. Lo stile del tardo medioevo, al contrario, porta il banchetto

contadino all'evidenza grottesca dell'egoismo, dell'oblio delle norme stilistiche e morali, di una corporalità smisurata. La rappresentazione comica flessibile delle singole figure si aggiunge al quadro conflittuale eccessivamente dettagliato del mangiare, bere e danzare. Ciò che lo stile cortese trascura qui viene elevato a significato del pranzo. Nella deformazione grottesca della corporalità è ricordata l'umiltà della miseria, che classifica i contadini nella società. La contrometafora di entrambe le feste è evidente, la festa mostra da una parte un legame perfetto di una comunità alle norme gerarchiche, dall'altra parte la libertà isolante degli istinti delle creature. Il potere di questa impulsività mette in dubbio la perfetta armonia dell'ordine gerarchico, ma la corporalità degli uomini è racchiusa nel valore poetico. Ancora nell'ambito dello stile "basso" caratteristica dello status dei contadini, come ribellione dal basso, l'individuo appare come una creatura con i suoi istinti e impulsi. Le maledizioni e i discorsi rozzi sono segni dei modi di parlare che caratterizzano queste figure. La funzione della memoria di questo testo è ambivalente. Il poeta ricorda e allo stesso tempo stabilisce l'antico principio dell'ordine, conosciuto o sconosciuto, che mette in dubbio i segni poetici per l'individualità dell'uomo.

Una storia stilistica differente della letteratura medioevale è una premessa necessaria a un'adeguata valutazione della particolarità e del rapporto delle fasi storiche o "stazioni" (A. Assmann 1986, 141) nella storia dello stile degli scritti letterari. I confini storici del medioevo con i modelli che lo differenziano in modo diverso e fondamentale dal moderno, ha respinto in modo convincente lo studio della memoria con la costituzione dell'individuo nella memoria medioevale (Oexle 1994, 323; Gurevich, 1995). Nella storia stilistica l'"antichità" e la "modernità", *opting in* e *opting out* (A. Assmann, ibidem), non sono principalmente contrapposti, ma prima aspetti e azioni stilistiche contemporanee e complementari.

Il cambiamento e la continuità si completano continuamente. Un ricordo culturale (J. Assmann 1988, 11), che forma una parte fondamentale dell'identità culturale, garantisce una continuità che dura più a lungo del modello di pensiero nella corrente del cambiamento permanente. Gli stili medioevali descritti si sono impressi nella collettività come cliché di pregiudizi marcati: “*Un vero contadino!*” significa sempre più un'educazione rozza e grossolana e la distanza del parlante, *nobile* al contrario identifica il valore della discendenza ed è espressione d'approvazione. Lo stile riflette e forma la memoria, sia nella visuale breve o lunga, sia nel ricordo poetico o culturalmente più esteso.

TESTI CONSULTATI

- Bertuccelli-Papi. M., *Che cos'è la pragmatica*, Bompiani, 1993
- K. Brinker/G. Antos/W. Heinemann/S. F. Sager (Hgg.), *Text-und Gesprächslinguistik*, 1. Halbbd. Berlin/New York 2000: XVII
- Brinker, Klaus, *Linguistische Textanalyse*. Berlin, E. Schmidt, ³1992
- Brinker, Klaus *Linguistische Textanalyse. Eine Einführung in Grundbegriffe und Methoden*, Berlin 2005
- Castiglioni-Mariotti, *IL Vocabolario della lingua latina*, Loescher Editore, Torino, 1986
- Claudia Buffagni, Andrea Birk, *Germania periodica. Imparare il tedesco sui giornali*, Pacini Editore, Pisa, 2008
- L. Cerrato, *Uno sguardo alla linguistica testuale*, 1998 (www.speech.kth.se/~loce/old-publications.htm)
- M. Foschi Albert, M. Hepp, E. Neuland, *Texte in Sprachforschung und Sprachunterricht, Pisaner Fachtagung 2004 zu neuen Wegen der Italienisch-deutschen Kooperation*, Iudicium Verlag GmbH München 2006
- M. Foschi Albert, *Il profilo stilistico del testo, guida al confronto intertestuale e interculturale (tedesco e italiano)*, edizioni plus Pisa University press, 2009
- Heinz-Helmut Lüger, *Pressesprache*, Max Niemeyer Verlag, Tübingen 1995
- A. Marchese, *Dizionario di retorica e stilistica*, Arnoldo Mondadori, Milano 1991
- G. Michels, *Stilistische Textanalyse*, Frankfurt/M. –Berlin, 2001
- B. Sandig, *Stilistik der deutschen Sprache*, Walter de Gruyter & Co., Berlin, 1986
- B. Sowinski, *Stilistik Stiltheorien und Stilanalysen*, J.B. Metzlersche Verlagsbuchhandlung, Stuttgart 1991
- H. Vater, *Einführung in die Textlinguistik*, München 2001³

- H. Weinrich, *Tempus. Besprochene und erzählte Welt*, Stuttgart 1994⁵:11